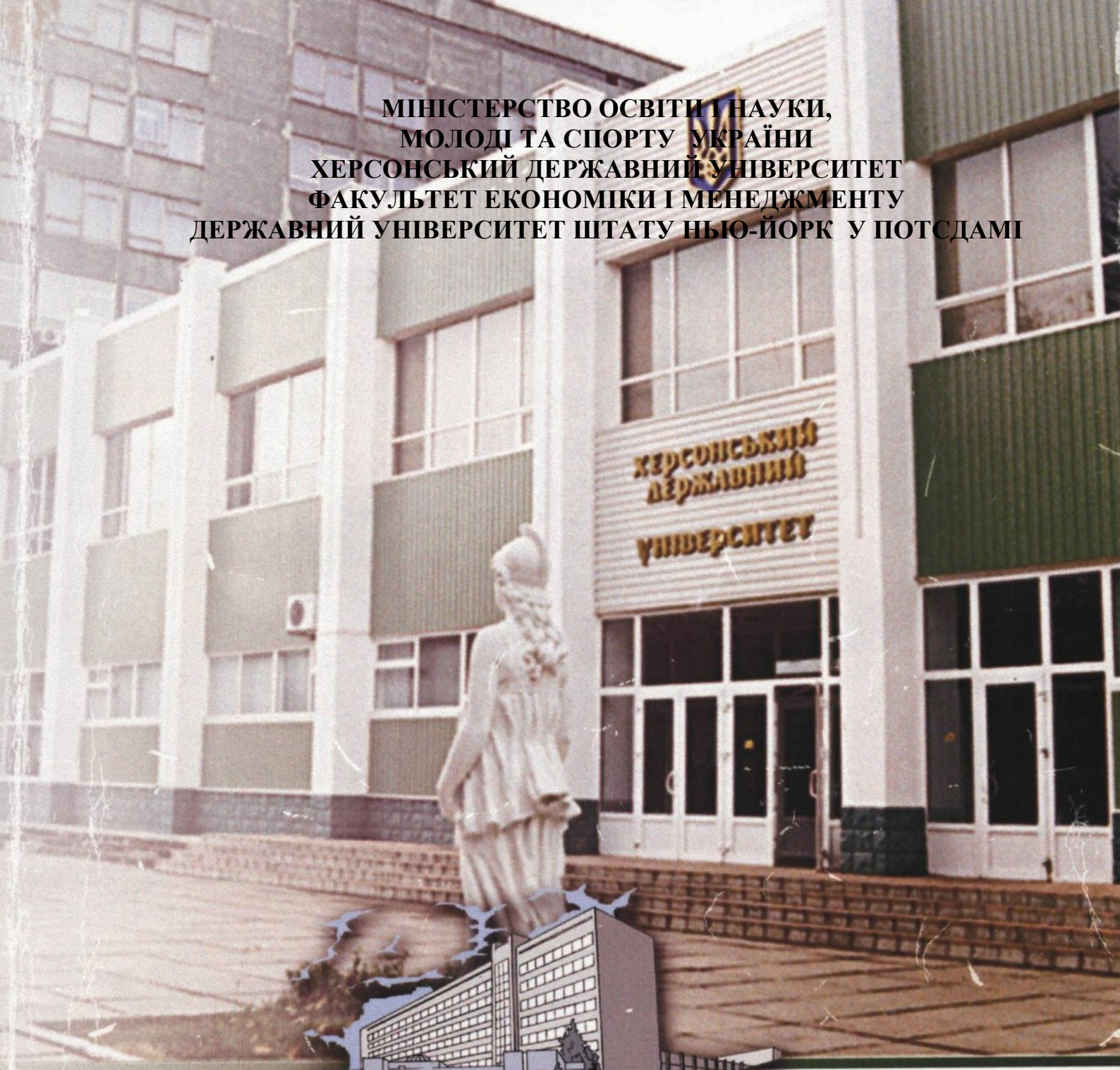


**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ,  
МОЛОДІ ТА СПОРТУ УКРАЇНИ  
ХЕРСОНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ І МЕНЕДЖМЕНТУ  
ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ШТАТУ НЬЮ-ЙОРК У ПОТСДАМІ**



**ЗБІРНИК НАУКОВО-МЕТОДИЧНИХ ПРАЦЬ**

22-23 листопада 2012 року

**ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОЇ ЕКОНОМІКИ  
УКРАЇНИ: СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ**

Херсон – 2012



Edited with Infix PDF Editor  
- free for non-commercial use.

To remove this notice, visit:  
[www.iceni.com/unlock.htm](http://www.iceni.com/unlock.htm)

Рекомендовано до друку Вченою радою  
Херсонського державного університету  
(протокол № 4 від 26.11.12р.)

**Формування конкурентоспроможної економіки України: сучасні проблеми та перспективи:**[Зб. наук.-метод. праць]. – Херсон: Видавництво ХДУ, 2012. – 160с.

Збірник присвячено теоретичним та прикладним питанням які пов'язані з формуванням конкурентоспроможної економіки України її проблемами та перспективами.

Висновки і пропозиції, викладені у збірнику, знайшли відображення у матеріалах і виступах авторів під час роботи Міжнародної науково-практичної конференції у листопаді 2012 року в м. Херсоні.

Для вчених, викладачів, аспірантів, студентів, фахівців у галузі економіки, права, спеціалістів державних і місцевих органів управління.

**Редакційна колегія:** Шапошников К.С. (декан факультету економіки і менеджменту Херсонського державного університету, доктор економічних наук, доцент), Мохненко А.С. (завідувач кафедри економіки підприємства Херсонського державного університету, доктор економічних наук, доцент), Тюхтенко Н.А. (завідувач кафедри менеджменту та адміністрування Херсонського державного університету, проректор з навчальної та науково-педагогічної роботи, голова науково-методичної ради, кандидат економічних наук, професор), Доктор Ед. Португал (професор Державного університету штату Нью-Йорк у Постдамі), Лагодієнко В.В. (доктор економічних наук, професор Миколаївського державного аграрного університету), Наумов О.Б. (доктор економічних наук, професор, проректор з науково-методичної роботи Міжнародного університету бізнесу і права).

**Відповідальний за випуск:** завідувач кафедри економіки підприємства, д.е.н., доцент Мохненко А.С.

**Технічний редактор:** Мельникова К.В.



## Частина I. Теоретичні засади розвитку конкурентоспроможної економіки

*Білорусов С. Г.*

### **ФОРМУВАННЯ ФУНКЦІОНАЛЬНОЇ МОДЕЛІ КАДРОВОЇ ПОЛІТИКИ РЕГІОНУ ТА ДІЯЛЬНОСТІ РЕГІОНАЛЬНОГО ЦЕНТРУ ПЕРЕПІДГОТОВКИ ТА ПІДВИЩЕННЯ КВАЛІФІКАЦІЇ В КОНКУРЕНТНОМУ СЕРЕДОВИЩІ НА РИНКУ НАДАННЯ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ**

Складовою Національного плану дій з впровадження Програми економічних реформ на 2010 – 2014 роки є реалізація Стратегії державної кадрової політики, в тому числі, щодо підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації державних службовців та посадових осіб місцевого самоврядування.

В даний час створюється функціональна модель повноцінної ефективної системи неперервного професійного навчання управлінських кадрів.

Як зазначив Президент України Віктор Янукович «Україні зараз як ніколи потрібна науково-обґрунтована державна кадрова політика, зрозуміла, продумана система роботи з кадрами, яка має ґрунтуватися на чітко визначених перспективах розвитку українського суспільства і держави. При цьому треба врахувати світові тенденції глобалізації економіки та власні національні інтереси»[1].

Одним з вирішальних чинників сучасних перетворень є формування, розвиток та раціональне використання на всіх управлінських рівнях кадрів з високим рівнем професіоналізму та культури, здатних компетентно і відповідально виконувати управлінські функції, впроваджувати новітні технології, сприяти інноваційним процесам відповідно до потреб сьогодення, бути конкурентоспроможними на ринку праці[2].

Підготовка кадрів для органів публічної влади в Україні здійснюється відповідно до Положення про систему підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації державних службовців і посадових осіб місцевого самоврядування, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 7 липня 2010 року №564.

Існуюча система професійного навчання державних службовців має дві складові. Першою складовою є підсистема стандартів вищої освіти, в тому числі і післядипломного навчання, які спрямовані на діяльність державних службовців в органах державної влади, а також на навчальні заклади, що забезпечують професійне навчання.

Друга складова – мережа навчальних закладів професійного навчання що є суб'єктами системи фахового навчання державних службовців та реалізують вищезазначені програми. Окрім навчальних закладів до суб'єктів системи входять органи державної влади та органи місцевого самоврядування, а також державні підприємства, установи і організації, що є замовниками професійного навчання необхідних для них кадрів. Суб'єктами системи є також органи влади, що опікуються та забезпечують ефективне функціонування системи. Такими органами є Національне агентство України з питань державної служби, Міністерство освіти і науки, молоді та спорту України та ін.

В 2011 році розпорядженням Кабінету Міністрів України схвалена Концепція реформування системи підвищення кваліфікації державних службовців, посадових осіб місцевого самоврядування та депутатів місцевих рад, в якій передбачено створення належних умов для розвитку конкурентного середовища на ринку надання освітніх послуг навчальними закладами системи підвищення кваліфікації та запровадження європейських освітніх технологій, методів і новітніх методик в систему підвищення кваліфікації. Зазначеним розпорядженням передбачено удосконалити порядок провадження діяльності

навчальних закладів.

Херсонський обласний центр перепідготовки та підвищення кваліфікації працівників органів державної влади, органів місцевого самоврядування, державних підприємств, установ і організацій бере активну участь у підготовці регіональної програми підвищення конкурентоспроможності територіальних громад Херсонської області. Складовою програми є проект «Конкурентоспроможні кадри», основною метою якого є забезпечення професійними креативними кадрами всі галузі господарства області.

Відповідно до зазначеного Херсонський обласний центр перепідготовка та підвищення кваліфікації кадрів розробив та запропонував власне бачення структури та процесу функціонування системи управління кадровою політикою регіону. Відпрацьована класифікація факторів, які визначають кадрову політику регіону, запропоновані структурна та функціональна моделі формування кадрової політики регіону [2].

Формування ринкових відносин з питань надання освітніх послуг у сфері державного управління, потужні інтеграційні процеси входження України світове співтовариство, розширення зв'язків з країнами з Євросоюзу та СНД в межах освітнього простору зумовлюють стрімке зростання як попиту на фахівців різних галузей, так і вимог до їх професійної кваліфікації.

В існуючому конкурентному середовищі головним стратегічним завданням навчальних закладів системи післядипломної освіти державних службовців та посадових осіб місцевого самоврядування стає забезпечення конкурентоспроможності пропонованих освітніх послуг, а саме: отримання магістерської підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації. Але неважко помітити, що така конкурентоспроможність має, так би мовити, два рівні. З одного боку, навчальний заклад прагне до популярності серед споживачів освітніх послуг, бажаючих отримати певний рівень за напрямком «Державне управління». З другого – найкращою гарантією такого попиту виступає конкурентоспроможність випускників з точки зору органів державної влади, як споживачів відповідних професійних знань та умінь.

Херсонським обласним центром перепідготовки та підвищення кваліфікації кадрів розроблена модель управління, яка передбачає стратегію власного розвитку з метою підвищення конкурентоспроможності при наданні освітніх послуг. Вона передбачає визначення основних пріоритетів діяльності, обґрунтування концепції розвитку Центру та розробку альтернативних стратегій.

Заплановано проведення за визначеною методикою оцінки власних переваг та переваг конкурентів з метою вдосконалення діяльності та підвищення якості освітніх послуг. Планується розробити модель просування молоді на державній службі. Відпрацьовані критерії та показники оцінки роботи Центру у відповідності із затвердженою політикою у сфері якості (ДСТУ ISO 9001-2009), що сприятиме підвищення конкурентоспроможності закладу та ефективності управління його розвитком.

#### **Список використаних джерел**

1. «Вступне слово Президента України Віктора Януковича на розширеному засіданні Уряду України» від 23.06.2010 // матеріали прес-служби Президента України – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.president.gov.ua/news/17463.html>
2. Білорусов С.Г. Функціональна модель кадрової політики регіону щодо підготовки сучасних конкурентоспроможних молодих менеджерів у державному управлінні // Лідерство в державному управлінні: збірник доповідей щорічних Рішельєвських академічних читань (Одеса, 21 – 23 вересня 2011 р.) / ред.кол.: В.В. Толкованов (голов.ред.) [та ін]. - / Одеса: Юридична література, 2012. – 272 с – С.26 - 29.

**Богоявленська Ю.В.**

### **ІННОВАЦІЇ В СИСТЕМНОМУ УПРАВЛІННІ ЗНАННЯМИ**

Необхідність оновлення способів і методів управління визначається новою фазою економічного розвитку країни. Не оминає дана проблема необхідність охоплення ще й такої сфери, як управління знаннями та застосування у даному процесі інновацій. Наразі, наявні першоджерела і домінуюча частина публікацій економістів-практиків присвячені, переважно, менеджменту; а комплексного підходу до управління досі не запропоновано.

У межах дослідження проаналізуємо останні положення, що виказуються фахівцями з України та світу щодо інновацій. Так, А. Власова близько підходить до суб'єкт-суб'єктного розуміння типу відносин в компаніях і визначення інновацій через їх тлумачення з точки зору HRM, визначаючи «інновації в управлінні персоналом – це унікальні інструменти створення атмосфери для генерування бізнес-інновацій, мотиваційного клімату на рівні підрозділів, що сприяє впровадженню ідей, і формування культури, що підтримує цінності компанії та турботу про майбутнє» [1]. Представниця львівської школи С. Опацька наближається до використання компетентнісного підходу, стверджуючи, що «інновації лише тоді стають інноваціями, коли капіталізується ідея. (...) В команді потрібно збирати людей з різними компетенціями. Мають бути люди, які можуть генерувати ідеї, але мають бути і ті, хто готовий їх впроваджувати» [1]. Т. Купе, представник київської школи, чітко виокремлює два ключові критерії цінності інновацій: «Єдиним об'єктивним критерієм відбору інновацій є той факт, чи виробила компанія щось принципово нове чи ні. Другий чинник – чи стала компанія успішною, впровадивши новий продукт чи технологію» [1].

Тому метою дослідження є заглиблення наукових пошуків вирішення проблем управління інноваціями, визначення їх місця в системному управлінні та можливостей застосування методів і підходів системного управління знаннями до них.

Системне управління невіддільне від накопичення, використання і поширення знань. Організаційно воно передбачає створення умов, за яких необхідні знання надаватимуться користувачам в оптимальні терміни для підвищення результативності й ефективності діяльності. Економічно це призведе ще й до підвищення рівня продуктивності праці. Відтак, за рахунок часу, що вивільнився у людей-працівників, продукуватимуться нові знання. А це, в свою чергу, вимагатиме менеджменту знань/

Менеджмент знань неможливо уявити поза адміністрування знаннями. Організаційно-технічні заходи в такому разі мають передбачати: наявність баз знань всередині компаній, їх поширення та (постійне) використання серед працівників. Тому сучасний темп розвитку організацій вимагає як розробку інновацій, так і їх прикладне застосування з метою підвищення ефективності діяльності компаній та ефективності управління.

Результати проведених нами досліджень дозволяють стверджувати, що переважно інновації є продуктом інтелектуальної, розумової праці. Така праця здійснюється завдяки використанню наявних знань, вмінь, досвіду їх власниками – суб'єктами праці. Працездатність суб'єктів праці, які розробляють нові інноваційні продукти, визначається індивідуальними психо-фізіологічними характеристиками, умовами праці, індивідуальною і/або груповою мотивацією. Таким чином, невіддільна від визначення менеджментом компаній потреб, інтересів, ціннісних орієнтацій людей працівників. А отже, від базових компонентів системного управління в цілому.

Управління ж знаннями вимагає активного інвестування в людський, інтелектуальний капітал. Цей процес так само «співпрацює» з інтересами (трудова мотивація), потребами (матеріальна мотивація) та ціннісними орієнтаціями (статусна мотивація) розробників інноваційних продуктів та тих, хто відповідає за їх зберігання та поширення. При цьому ми визначаємо такі особливості цього процесу:

- обсяги знань, об'єми баз знань постійно збільшуються;
- вдосконалюються способи їх зберігання, використання і примноження;
- підприємства звертаються до матричних організаційних структур, в яких можливе поєднання функціональних (постійний штат), проектних (праця на основі договорів цивільно-правового характеру) і тимчасових структур а (тимчасовий штат, у т.ч. волонтери, автори ідей та ін.) управління;
- штат не є сталим, тому плинність кадрів впливає на результативність продукування інноваційних продуктів та їх якість;
- інтелектуальний капітал є основою для покращення результативності інтелектуальної праці;
- інвестиції інтелектуальний капітал є обов'язковою умовою забезпечення безперервного процесу продукування знань та їх цільового поширення;
- результат інноваційної праці пов'язаний з фазою економічного розвитку, в якому

перебуває національна економіка.

Тому управління ще є постійним процесом моніторингу змін, що взаємовпливають на суб'єктів праці.

Таким чином, основним призначенням і результатом застосування інновацій в системному управлінні знаннями є підвищення ефективності використання інтелектуальних ресурсів компанії шляхом розробки й прикладного використання запропонованих новітностей.

#### **Список використаних джерел**

1. Офіційний сайт видавництва «Економіка». Идеологи конкурса [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://upposition.investgazeta.net/lang/ru/ideologists>. – Назва з екрану. – (рос. мовою).

*Демченко О.Г*

### **ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ЕКОНОМІЧНИХ ПРОЦЕСІВ В УМОВАХ ТІНІЗАЦІЇ УКРАЇНСЬКОЇ ЕКОНОМІКИ**

Період радикальних політичних та соціально-економічних змін у будь-якій країні характеризується, поряд з іншим, активізацією тіньових проявів в економічній діяльності. Не став виключенням і трансформаційний процес в Україні. Розгортання тіньової діяльності на початку економічних перетворень слід розглядати як закономірне явище, пов'язане із руйнуванням старої інституційної системи та командно-адміністративного господарського механізму, у той час як нові важелі економічного регулювання на той час ще не було сформовано.

Проте сподівання на те, що просування процесів реформування в економіці, обнадійливі тенденції макроекономічної динаміки автоматично скоротять обсяги тіньової діяльності, виявилися марними. Рівень тінізації української економіки залишається високим.

На практиці тіньова економіка стала однією з органічних складових економічної системи і в цій якості відіграє певні системні функції. Зокрема, вона частково розв'язує низку поточних проблем, які виявляються неспроможними вирішити легальні економічні відносини та держава: забезпечує акумуляцію вільних грошових коштів, формує прошарок підприємців, створює умови для самозайнятості і є джерелом доходів широких верств населення, стимулюючи споживчий попит тощо.

Відтак, тіньову економіку в перехідний період можна розглядати як специфічний соціально-економічний феномен, механізми якого об'єктивно компенсують упущення та недосконалість легальних соціально-економічних відносин. Внаслідок цього в країні формуються чисельні та впливові соціальні прошарки, фактично зацікавлені у збереженні економічних деформацій, які обумовлюють поширення тіньової економіки.

Проте, тіньова економіка одночасно входить у системну суперечність з інтересами довгострокового соціально-економічного розвитку, здійснюючи на нього потужний негативний вплив у стратегічному вимірі. І міжнародна практика, і накопичений за останні роки вітчизняний досвід переконують у тому, що бездіяльність та небажання впроваджувати системні заходи, спрямовані на скорочення рівня тінізації, призводять до погіршення ситуації незалежно від рівня економічного розвитку країни.

Основними складовими тіньової економіки є:

1. Заборонені види діяльності (організовані види злочинності, рекет, а також виробничі та невиробничі види нелегальної діяльності, що приносять доход — виробництво та продаж наркотиків, проституція тощо) — кримінальний сектор економіки.

2. Приховані види економічної діяльності (легальне виробництво, яке приховується з метою ухилення від сплати податків та соціальних виплат, економічна діяльність, що здійснюється без отримання необхідних ліцензій, дозволів) — напівлегальний сектор економіки.

3. Легальна економічна діяльність, яка за тих чи інших умов не враховується офіційною статистикою, не включається у ВВП (продаж сільськогосподарської продукції, вирощеної на присадибних ділянках, кустарної сувенірної продукції тощо) — неформальний сектор економіки.

Збитки економіці країни завдаються також діяльністю багатьох спільних підприємств, які використовуються для виведення певної частини обороту з-під оподаткування діями

паразитуючих посередників, що монополізують та тінізують прибутки рентабельних підприємств, штучно збільшуючи їх витрати, незаконними операціями низки комерційних структур з високоліквідною, зокрема підакцизною, продукцією тощо.

Значну частину цього виду діяльності складає також індивідуальна підприємницька діяльність громадян, які надають ремонтні, будівельні, транспортні та інші послуги, виготовляють для продажу різного роду побутові товари — без належної реєстрації і, відповідно, сплати податків.

Загальні обсяги цієї необлікованої і надзвичайно мобільної сфери важко визначити. За оцінками Держкомстату, вони не перевищують 20% ВВП, хоча на сьогодні є допоміжним чи навіть головним (а інколи і єдиним) джерелом існування для значної частини населення України. За таких обставин, стосовно цієї сфери нагальним є її залучення до статистичного обліку і лише в деяких обґрунтованих випадках — до оподаткування.

З кримінальною економікою слід вести нещадну боротьбу, спрямовуючи на неї всю міць держави. Поряд з цим, обсяги кримінальної економіки в Україні досить незначні у порівнянні з обсягами напівлегальної та неформальної економічної діяльності.

Таким чином, переважна частка нелегального економічного обороту в Україні сьогодні — не кримінал у традиційному розумінні, а прихована від статистики та оподаткування економічна, часто ефективна і, як правило, корисна для суспільства діяльність. Адже більша частина «тіньових» коштів входять в особисті доходи громадян і витрачаються на внутрішньому ринку України, тим самим сприяючи його розвитку.

Економіка не терпить порожнечі, і сьогодні «тіньова» сфера фактично перебрала на себе ті економічні та соціальні функції, в тому числі суспільно важливі, які незадовільно виконуються легальним ринком та державою. Неспроможність та нерозвиненість ринку, а також недосконалість механізмів державного регулювання — головні чинники існування тіньової економіки.

В Україні, так само, як і в інших країнах СНД, проблема детінізації економіки, є сьогодні актуальною хоча б тому, що обсяги нелегальної господарської діяльності досягли масштабів, за яких їхня недооцінка, неврахування призводять до суттєвих помилок у визначенні макроекономічних показників, економічних і фінансових пропорцій, а також до деформацій економічної політики в цілому.

За більшістю методик, обсяг тіньового сектору економіки України перевищує критичний рівень, яким вважають 25-30% ВВП.

Головна загроза, яку створює тіньова економіка, полягає в тому, що її існування деформує природний хід відтворювальних процесів та поглинає потенційні ресурси стратегічного розвитку. Представники тіньового сектора, як правило, не здійснюють довгострокових інвестицій у виробництво, якісне удосконалення технології або впровадження інновацій. Тіньовий сектор зазвичай використовує виробничі потужності офіційно діючих підприємств, призводячи до їх некомпенсованого прискореного зношування. Тіньовий капітал переважно працює в торговельно-посередницькій, кредитно-фінансовій, банківській, зовнішньоекономічній сферах, де є можливість швидко одержати максимальний прибуток, відтягуючи до цих сфер дефіцитні та найбільш ліквідні капітальні ресурси. Практичне знецінення стимулів для відкриття або розширення виробництва, одержання прибутку легальним шляхом стало одним із вагомих чинників інвестиційної кризи в Україні.

*Єшук О.М.*

## **АДМІНІСТРАТИВНІ ПРОЦЕДУРИ ПАТЕНТУВАННЯ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

У системі функцій держави економічна займає провідне місце, оскільки брак належного економічного потенціалу або низька ефективність його використання не дозволяє забезпечити громадян України всіма благами. Адміністративні процедури патентування господарської діяльності займають своє місце в системі адміністративно-правового регулювання у сфері господарського права та потребують детального розгляду в умовах прямування України до правової держави з громадянським суспільством та конкурентоспроможною економікою. Відповідно до п.14.1.250 Податкового кодексу України «торговий патент – державне свідчення

з обмеженим строком дії на провадження певного виду підприємницької діяльності, користування яким передбачає своєчасне внесення до бюджету відповідного збору». Торговий патент надається платниками збору за провадження деяких видів підприємницької діяльності, який належить до місцевих зборів.

Торговий патент повинні отримувати платники збору за провадження деяких видів підприємницької діяльності, якими відповідно до п.267.1 ст.267 Податкового кодексу є юридичні або фізичні особи, які провадять: торговельну діяльність у пунктах продажу товарів (відповідно до п.14.1.246 ПКУ торговельна діяльність – роздрібна та оптова торгівля за готівку, інші готівкові платіжні засоби та з використанням платіжних карток); діяльність із надання платних побутових послуг згідно з переліком, визначеним Кабінетом Міністрів України (цей перелік затверджено Постановою КМУ від 29 грудня 2010 р. № 1258/); торгівлю валютними цінностями у пунктах обміну іноземної валюти; діяльність у сфері розваг (крім проведення державних грошових лотерей).

Перелік суб'єктів господарювання, які звільнені від обов'язку отримувати торговий патент, визначено у пп.267.1.2 ПКУ. Це зокрема: аптеки, що перебувають у державній та комунальній власності; розташовані у селах, селищах і містах районного значення підприємства та організації споживчої кооперації та торгово-виробничі державні підприємства робітничого постачання; фізичні особи – підприємці, які провадять торговельну діяльність у межах ринків усіх форм власності; фізичні особи – підприємці, які здійснюють продаж вирощених в особистому підсобному господарстві, на присадибній, дачній, садовій і городній ділянках продукції рослинництва і тваринництва, свійської худоби та птиці (як у живому вигляді, так і продукції забою в сирому вигляді та у вигляді первинної переробки), продукції власного бджільництва; фізичні особи – підприємці, які сплачують державне мито за нотаріальне посвідчення договорів про відчуження власного майна, якщо товари кожної окремої категорії відчужуються не частіше одного разу на календарний рік; суб'єкти господарювання, утворені громадськими організаціями інвалідів, які мають податкові пільги згідно із законодавством та здійснюють торгівлю виключно продовольчими товарами вітчизняного виробництва та продукцією, виготовленою на підприємствах «Українське товариство сліпих», «Українське товариство глухих», а також фізичними особами – інвалідами, зареєстрованими відповідно до закону як підприємці; суб'єкти господарювання, які провадять торговельну діяльність виключно з використанням таких видів товарів вітчизняного виробництва, як: хліб і хлібобулочні вироби; борошно пшеничне та житнє; сіль, цукор, олія соняшникова і кукурудзяна; молоко і молочна продукція, крім молока і вершків згущених із домішками і без них; продукти дитячого харчування; безалкогольні напої; морозиво; яловичина та свинина; свійська птиця; яйця; риба; ягоди і фрукти; мед та інші продукти бджільництва, бджолоінвентар і засоби захисту бджіл; картопля і плодоовочева продукція; комбікорм для продажу населенню; суб'єкти господарювання, що реалізують продукцію власного виробництва фізичним особам, які перебувають з ними у трудових відносинах, через пункти продажу товарів, вбудовані у виробничі або адміністративні приміщення, що належать такому суб'єкту; суб'єкти господарювання, які провадять діяльність із закупівлі у населення продукції (заготівельна діяльність), якщо подальша реалізація такої продукції відбувається за розрахунками у безготівковій формі (пункти приймання склотари, макулатури, відходів паперових, картонних і ганчіркових; заготівля сільськогосподарської продукції та продуктів її переробки); підприємства, установи та організації, які провадять діяльність у торговельно-виробничій сфері (ресторанне господарство), зокрема навчальних закладах, із обслуговування виключно працівників таких підприємств, установ та організацій, а також учнів і студентів у навчальних закладах.

Не є платниками збору за провадження діяльності у сфері розваг суб'єкти господарювання, які провадять комп'ютерні та відеоігри.

Також слід зазначити, що відповідно до підрозділу 8 Перехідних положень Податкового кодексу не є платниками збору за провадження деяких видів підприємницької діяльності платники єдиного податку.

У аспекті розгляду адміністративних процедур патентування господарської діяльності слід зупинитися детальніше та видах торгових патентів.



*Звичайний торговий патент.* Строк дії – 60 календарних місяців. Строк сплати збору – щомісяця не пізніше 15 числа, який передує звітному місяцю. Ставки збору за провадження торговельної діяльності та діяльності з надання платних послуг встановлюють органи місцевого самоврядування з розрахунку на календарний місяць у відповідному розмірі від мінімальної заробітної плати, встановленої на 1 січня року. Розмір ставки залежить від місцезнаходження пункту продажу та асортименту товарів. Для торгівельної діяльності та діяльності з надання платних послуг ставка збору може становити від 0,04 до 0,4 розміру мінімальної заробітної плати. У Києві, обласних центрах і курортних зонах ставки збору найбільші. Далі, чим менше населений пункт, тим менше ставка збору. За торгівлю валютними цінностями встановлено ставку збору у розмірі 1,2 мінімальної заробітної плати.

*Пільговий патент.* Строк дії – 60 календарних місяців. Проводиться торговельна діяльність із використанням таких товарів. Місце сплати збору: за місцезнаходженням пункту продажу товарів або пункту надання платних послуг, пункту обміну іноземної валюти, пункту надання послуг у сфері розваг – для платників, які провадять торгівельну діяльність або надають платні послуги, здійснюють торгівлю валютними цінностями, здійснюють діяльність у сфері розваг; за місцем реєстрації платників збору – для платників, які здійснюють торгівлю через пересувну торговельну мережу; за місцем провадження діяльності – для платників, які здійснюють торгівлю на ярмарках, виставках-продажах та інших короткотермінових заходах, пов'язаних з демонстрацією та продажем товарів.

Для того, щоб отримати торговий патент, необхідно подати заявку до органу податкової служби за місцем сплати збору, яка обов'язково повинна мати відомості, наведені у пп. 267.4.1 п. 267.4 ст.267 ПКУ: найменування суб'єкта господарювання, код за ЄДРПОУ (для юридичної особи) та прізвище, ім'я, по батькові суб'єкта господарювання, реєстраційний номер облікової картки платника податків (для фізичної особи); юридична адреса (місцезнаходження) суб'єкта господарювання, а у разі якщо патент отримується для відокремленого підрозділу, – місцезнаходження такого відокремленого підрозділу згідно з документом, що засвідчує право власності (оренди); вид підприємницької діяльності, для провадження якої придбається торговий патент; вид торгового патенту; найменування документа про повну або часткову сплату збору; назва та фактична адреса (місцезнаходження) пункту продажу товарів, пункту з надання платних послуг, пункту обміну іноземної валюти, грального місця, позначення «візна торгівля»; назва, дата, номер документа, що засвідчує право власності (оренди); період, на який отримується торговий патент.

Встановлення додаткових умов для отримання патенту відповідно до податкового кодексу не дозволяється.

Разом із заявкою подаються оригінали або нотаріально засвідчені копії документів, які підтверджують відомості, наведені у заявці. Під час подання заявки посадова особа органу податкової служби здійснює звірку відомостей та повертає документи платнику. Патент видається протягом трьох днів з дня подання заявки. Передача торгового патенту іншому суб'єкту господарювання або іншому відокремленому підрозділу такого суб'єкта не дозволяється.

Під час придбання торгового патенту суб'єкт господарювання вносить суму збору за один місяць (квартал). На суму збору, сплачену під час придбання торгового патенту, зменшується сума збору, яка підлягає внесенню в останній місяць (квартал) його дії. Платники збору можуть здійснити сплату збору авансовим внеском до кінця календарного року.

*Кацова Л.І.*

## **СПОСОБИ ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОГО ІНТЕРЕСУ СТУДЕНТІВ У ПРОЦЕСІ ЕКОНОМІЧНОЇ ПРАКТИКИ**

Для перевірки гіпотези про можливість формування професійного інтересу у майбутніх фахівців у процесі економічної практики шляхом реалізації науково обґрунтованих способів її організації був проведений формуючий експеримент.

Головне завдання експерименту – виявлення ефективності різних способів формування професійного інтересу, визначення їхньої своєрідності, умов використання.

Для з'ясування первісного стану мотивації професійної діяльності студентів

знань, умінь і навичок, оволодіння ними способами дій у процесі економічної практики та рівня сформованості інтелектуального, емоційного і вольового компонентів професійного інтересу був використаний комплекс методів.

При проведенні дослідження використано такі методи:

1. Анкетування різних видів з метою:

- виявлення у студентів рівня знань і умінь, необхідних для здійснення професійної діяльності;
- вивчення професійних якостей, якими володіють студенти;
- виявлення у студентів рівня сформованості структурних компонентів (мотиваційного, інтелектуального, емоційного, вольового) професійного інтересу;
- з'ясування труднощів, які переживають студенти у ході економічної практики;
- вивчення думок студентів, випускників, молодих фахівців, керівників економічної практики про шляхи поліпшення організації практики.

2. Метод опитування з метою:

- отримання первинної інформації для визначення рівня сформованості професійного інтересу у студентів;
- фіксації динаміки в досліджуваній якості особистості.

3. Бесіди та інтерв'ювання зі студентами з метою уточнення констатуючих даних.

На відміну від анкетування бесіди, інтерв'ю проводилися вибірково, при цьому додержувалися вимогам випадкової вибірки. Аналізуючи отримані в ході бесіди та інтерв'ю відповіді, порівнюючи їх з результатами, одержаних від використання інших методик, ми змогли скласти більш об'єктивну картину ставлення студентів до економічної діяльності, визначити рівень сформованості структурних компонентів досліджуваної якості.

4. Метод спостереження з метою вивчення особливостей прояву студентами професійної спрямованості в різних видах діяльності.

5. Методика експертних оцінок у сполученні з методикою визначення рівня пізнавальної активності, запропонованої в дослідженні О.В. Попової [211]. В результаті спеціально розроблених таблиць викладачами, кураторами груп, керівниками економічної практики були підраховані загальні індекси професійного інтересу.

Елементарний рівень професійного інтересу характеризується нечисленністю позитивних мотивів навчання і праці. Пізнавальний інтерес короткочасний і ситуативний. Студенти, що відносяться до даного рівня пасивні, не мають бажання оволодівати своєю професією, віддають перевагу налагодженим видам діяльності, нездатні долати труднощі.

Достатній рівень професійного інтересу характеризується наявністю позитивних мотивів навчання і праці. Студенти сумлінно виконують всі завдання з практики, але при цьому не виявляють активності, творчості. Вони чітко виділяють види діяльності, які здаються їм важливими і цікавими. Проте якщо студенти відчувають невпевненість у своїх знаннях і вміннях, вони не виявляють готовності до подолання цих труднощів.

До високого рівня професійного інтересу відносимо студентів, для яких притаманні цілеспрямованість, глибоке усвідомлення необхідності отримання економічної освіти, прагнення до пошукової, творчої діяльності для вдосконалення своїх знань і професійної майстерності. Студенти проявляють психолого-педагогічну готовність до подолання труднощів у професійній діяльності.

Загальний індекс професійного інтересу підраховувався за формулою:

$$J = \frac{a(+2) + b(+1) + c(+0)}{N}$$

Для віднесення студента до того чи іншого рівня професійного інтересу були виділені значення:  $J$  ( значення  $0 \leq c \leq 0,5$ ) – відповідають елементарному рівню; значення  $0,5 < b \leq 1,5$  – достатньому рівню; значення  $1,5 < a \leq 2$  – відповідають високому рівню.

Загальний індекс професійного інтересу  $J=1$  означає, що високий і елементарний рівень професійного інтересу мають рівні пропорції. Якщо  $J > 1$ , то переважає високий рівень професійного інтересу,  $J < 1$  – низький рівень професійного інтересу.

Отриманий матеріал дає можливість скласти орієнтовні характеристики за рівнями

розвитку кожного із структурних компонентів професійного інтересу кожного випробуваного, а також підсумковий якісний розподіл студентів за рівнем розвитку досліджуваної якості особистості у кожній з експериментальних і контрольних груп.

*Логвиновський Є.І.*

### **КОУЧИНГ: СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ТА ЕВОЛЮЦІЯ**

Сьогодні існує безліч стилів управління персоналом компанії. Кожен з них по-своєму ефективний і, безумовно, має право на існування. Але треба визнати, що директивний стиль управління, який сьогодні є найпоширенішим у вітчизняній практиці, поступово втрачає свою ефективність. Це пов'язано зі змінами, що відбуваються на ринку праці, соціальній сфері, конкуренції, тощо. Тому, найбільш ефективним стилем управління на сьогоднішній день є коучинг, що і обумовлює необхідність його ґрунтовного та різностороннього дослідження.

Коучинг зародився в Америці в 80-х роках минулого століття. Ключовими фігурами цього процесу стали: Тім Геллвей, Томас Дж. Леонард та Джон Уїтмор.

Засновником коучингу як інструменту управління персоналом вважається Тімоті Геллвей (W.Timothy Gallwey) – гарвардський викладач та експерт з тенісу. Все почалося з того, що Тім Геллвей оприлюднив книгу "Внутрішня гра в теніс" ("The inner game of tennis") [6]. Геллвей стверджує, що в разі, коли коуч-викладач може допомогти гравцеві усунути або послабити внутрішні бар'єри у його діях, тоді зненацька з'являються внутрішні здібності, що поведуть його далі, без необхідності значних технічних пояснень та настанов з боку коуча [1].

Тімоті розробив більш ефективну методіку навчання грі в теніс, а потім поширив її до бізнес-сфери, фокусуючи функції коуча на:

- 1) максимізацію внутрішнього потенціалу (тобто виявити найкраще, що в нас є, навчитися ефективно його використовувати та в процесі підтягувати те, чого не вистачає);
- 2) усунення перепони (як внутрішні – страхи, припущення, стереотипи тощо, так і зовнішні – несприятливе середовище, загрози зовнішнього оточення) [2].

У 80-х роках Томас Дж. Леонард, працюючи фінансовим консультантом, помітив, що його найуспішніші клієнти потребують не лише консалтингу, а й особистісної підтримки професійної діяльності. Він формалізував цей вид діяльності, ввів визначення "коуч", запозичивши його з спорту (англ. coach – репетитор, інструктор, тренер), і досяг видатних результатів, створивши індустрію коучингу. Авторитетне американське видавництво Amazon найменувало його у 1998 році "батьком персонального коучингу". У 1992 році він заснував Університет коучів (Coach University – [www.coachu.com](http://www.coachu.com)), який є лідером з підготовки коучів (7000 коучів у 38 країнах). У 1994 році він заснував Міжнародну Федерацію коучів (International Coach Federation – ICF) – асоціацію професійних коучів з 130 представництвами по всьому світу.

Окремо необхідно виділити англійця сера Джона Уїтмора, засновника корпоративного бізнес-напряму у коучингу. Якщо Томас Леонард прийшов до коучингу від фінансового консалтингу, то Джон Уїтмор привніс коучинг зі спорту до менеджменту та корпоративного бізнесу.

У 1987 році Уїтмор видає книгу "The Winning Mind (Sail to Win)" – "Розум, що перемагає (Під вітрилами до перемоги)". У 1992 році він видає книгу, яка стає бестселером, "Coaching for Performance" – "Коучинг для продуктивності". Це його найвідоміша книга про коучинг, вона перекладена на 11 мов і витримала вже три видання. Дуже популярною є запропонована в книзі технологія коучингу GROW. Наразі коучинг – це величезна індустрія, послугами якої користуються сотні тисяч людей у всьому світі [3].

Не зважаючи на те, що коучинг є досить новою концепцією, можна відстежити еволюцію самого поняття коучингу. Термін «коуч» походить від середньовічного англійського слова coach - «візок», «карета». Таким чином, коучинг - це своєрідний засіб пересування (просування) клієнта до розкриття його потенціалу. Коуч - своєрідний провідник, який супроводжує людину чи команду до найбільших звершень.

Історично так склалося, що коучинг зазвичай фокусувався не стільки на досягненні покращення в здійсненні якогось конкретного результату, скільки на створенні умов, за яких клієнт відкривав в себе нові ресурси та можливості. Таким чином, ефективний коуч спостерігав

за поведінкою людини та керував тренуваннями, щоб покращити виконання в конкретному контексті чи ситуації. Він допомагав розвитку поведінкової та когнітивної компетенції клієнтів за допомогою уважного спостереження, трансформаційних питань та зворотного зв'язку.

Починаючи з 80-х років ХХ століття поняття коучингу стало використовуватися у більш широкому значенні. За останні роки поняття коучингу набуло більш узагальненого та розширеного змісту. Зараз коучинг все більше використовує методи спостереження, бесіди, опитування, тестування та моделювання як засоби допомоги діяти більш ефективно та включає в себе проектний коучинг, ситуаційний коучинг і транзитивний коучинг:

- 1) ситуаційний коучинг фокусується на конкретному (тактичному) покращенні чи оптимізації роботи в чітко заданому контексті;
- 2) проектний коучинг охоплює стратегічний менеджмент людини чи команди з метою отримати ефективний кінцевий результат;
- 3) транзитивний коучинг допомагає людям переходити від одної роботи чи ролі до іншої [4].

Коучинг має суттєві відмінності від інших різновидів практики управління та консультування та за особливостями застосування та підґрунтя є найбільш ефективним для застосування в організаційному контексті.

Суттєва унікальність процесу коучингу як інструменту управління персоналом може бути описана так:

1. «Знайти» себе в тому чи іншому контексті діяльності організації. Усвідомити своє місце в команді та збудувати прозорі внутрішні комунікації.
2. «Відкрити» себе для тих ресурсів і можливостей, що є і можуть бути актуалізовані. Зрозуміти механізм особистої бізнес-ефективності.
3. «Використати» в собі ці нові можливості для перемоги над власними обмеженнями, саморозкриття, самовдосконалення і самореалізації. Досягати цілей організації у співпраці зі своїми партнерами.

В коучингу є свої конкретні контексти застосування та критерії компетентності коуч-спеціалістів, які поки що є стандартизованими лише в закордонній міжнародній практиці [5].

На разі в Україні склалися унікальні умови для переосмислення можливостей сприяння максимальному саморозкриттю потенціалу лідерів в усіх сферах людської життєдіяльності: адміністративному управлінні, політичному менеджменті, бізнесі, освіті, мистецтві тощо. Тому впровадження концептуальних засад коучингу, що за останні 20 років зарекомендував себе як новітній результативний підхід до оптимізації потенціалу лідерів, в організації є доцільним та актуальним.

#### **Список використаних джерел:**

1. Передало Х.С. Коучинг як інноваційний інструмент підвищення ефективності управління персоналом / Х.С. Передало, М.О. Моспан // Управління інноваційним процесом в Україні: проблеми, перспективи, ризики: матер. III Міжнародної наук.-практ. конф. – Львів: Вид-во Нац. ун-ту "Львівська політехніка", 2010. – С. 348–349.
2. Геллви У. Тимоти Максимальная самореализация. Работа как внутренняя игра. Фокус, обучение, удовольствие и мобильность на рабочем месте. – М.: Издательство: Альпина Бизнес Букс, 2005 г. – 264 с.
3. Уитмор Дж. Coaching - новый стиль менеджмента и управления персоналом: практ. пособие / Джон Уитмор : пер. с англ. - М. : Изд-во "Финансы и статистика", 2005. - 160 с.
4. Огнев А. Организационное консультирование в стиле коучинг. - С-Пб.: Речь, 2008. – 320с.
5. Вагин И., Глушай А., Как стать первым. Практический коучинг по-русски - М.: АСТРЕЛ, 2008. – 285с.



## СИСТЕМА ЗБАЛАНСОВАНИХ ПОКАЗНИКІВ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ СТАБІЛЬНОГО ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ

Бурхливий розвиток концепцій корпоративного управління і технологій управління – характерна особливість економіки минулого століття. На початку розвитку ринкових відносин було достатньо звичайного бухгалтерського обліку, який дозволяв власнику та акціонерам адекватно оцінити вартість бізнесу, провести аналіз його ефективності, визначити прибуток, здійснити необхідні управлінські заходи. Проте з удосконаленням технологій, зростанням конкуренції це стає все складніше, оскільки з'являються нові важливі для підприємницької діяльності фактори, а саме зростаючі об'єми нематеріальних активів, які суттєво впливають на вартість та ефективність підприємницької діяльності.

Система збалансованих показників (СЗП) дозволяє з величезних масивів інформації отримувати тільки стратегічно важливу для бізнесу інформацію, відкидаючи все зайве. СЗП сьогодні стає основою інформаційних систем великих і середніх бізнес-корпорацій, так само, як і організацій неприбуткового сектору. Більш того, система збалансованих показників упевнено захоплює сфери моделювання і реінжинірінга бізнес-процесів в прибуткових і неприбуткових організаціях.

Над дослідженням системи збалансованих показників тривалий час працювали такі вчені як: Девід Нортон та Роберт Каплан, які були основоположниками даної системи, а також Давиденко Е.А., Овчаренко К., Кандалицев В.Г., Андрєєва Т., Криштопова М., Кулик Р.В., Прайснер А., Шеремет А.Д., Гершун А., Горський М., Парменгер Д., Коковський А., Толюпа Н.В.

Еволюція підприємницької діяльності передбачала введення нових, більш ефективних механізмів управління, оскільки в ХХ столітті конкурентне середовище вимагало, щоб підприємство володіло особливими знаннями та специфічними підходами при прийнятті управлінських рішень. Критерії визначення ефективності підприємницької діяльності ускладнювались, показники абсолютної величини та динаміки чистого прибутку перестали бути єдиними характеристиками ефективності цієї діяльності. Пріоритетною стала оцінка, яка б дозволила визначити ефективність реалізації стратегії компанії, а для успішного ведення підприємницької діяльності – наявність ефективної управлінської системи.

Історія розвитку концепцій оцінки ефективності діяльності розпочалася ще в 20-х роках ХХ століття з розробки моделі Дюпона та використання такого показника, як рентабельність інвестицій (ROI). В 70-х роках цього ж століття використовувались такі показники, як чистий прибуток на одну акцію (EPS) та коефіцієнт співвідношення ціни акції і чистого прибутку (P/E). Проте науковці не зупинились на цьому, і 80-ті роки відмітились появою наступних показників: коефіцієнт співвідношення ринкової та балансової вартості акцій (M/B), рентабельність акціонерного капіталу (ROE), рентабельність чистих активів (RONA) та грошовий потік (Cash Flow). Найбільший пік розвитку припав на останнє десятиліття ХХ століття, яке принесло для економічної науки розробку та введення ще великої кількості показників, що використовуються й понині, а саме: економічної доданої вартості (EVA), прибутку до виплати відсотків, податків та дивідендів (EBITDA), ринкової доданої вартості (MVA), збалансованої системи показників (Balanced Scorecard - BSC), показника сукупної акціонерної доходності (TSR) та грошового потоку віддачі на інвестований капітал (CFROI). [1, с.45].

Серед існуючих теорій і підходів до управління, збалансована система показників (Balanced Scorecard, BSC) викликає найбільшу зацікавленість, адже вона є найбільш ефективною системою стратегічного управління, хоча їй передувало безліч теорій та підходів, які за своєю суттю були схожими. В у 1932 році була розроблена французьким ученим Ж.-Л. Мало система показників Tableau de bord, в 1954 році Пітером Друкером запропонована концепція управління по цілях Management by Objectives. Також представлені такі системи, як система селективних показників Юргена Вебера, універсальна система показників діяльності Рамперсада Х'юберта, система управління на основі показника EVA, автором якої є Стюарт Штерн.



Передумовою виникнення системи збалансованих показників було прагнення керівництва західних компаній посилити управлінську функцію за рахунок органічного узгодження інтересів різних груп: акціонерів, споживачів, партнерів, кредиторів. Для того, щоб реалізувати подібну багатовекторну політику управління бізнесом, необхідно мати комплексну систему стратегічних цілей і ключових показників, добре збалансовану систему стратегічного вимірювання. Ще у 1975 р. Стівен Кер, підбиваючи підсумки діяльності багатьох компаній, зробив висновок про необхідність використання різних систем вимірювання результатів діяльності компаній з різною метою. Проте найбільший внесок у вирішення цієї проблеми зробили американці - директор Norlan Norton Institute Девід Нортон, нині керівник Balanced Scorecard Collaborative, та Роберт Каплан – професор Harvard Business School, якого було запрошено як наукового консультанта проекту. В 1990 р. вони дослідили 12 великих компаній, які намагалися поширити свої системи вимірювання шляхом включення в них показників нефінансового характеру, що дало їм змогу розширити інформаційну базу для прийняття управлінських рішень. Як головну учасниками проекту було обрано таку гіпотезу: «базування методики оцінки ефективності діяльності підприємства виключно на фінансових показниках не забезпечує зростання майбутньої економічної цінності компанії».

Результати досліджень сприяли появі концепції збалансованої системи показників (BSC), яка дістала назву «збалансована» внаслідок комплексного підходу до оцінки як матеріальних, так і нематеріальних активів, ґрунтуючись на чотирьох складових - фінанси, маркетинг, внутрішні бізнес-процеси, навчання та зростання.

Р.Каплан та Д.Нортон узагальнили свій досвід та представили детальне пояснення концепції в 1996 році в книзі «Збалансована система показників. Від стратегії до дії» (“Balanced Scorecard – translating Strategy into action”). Ідея системи збалансованих показників, розробленої Д. Нортоном та Р. Капланом, ґрунтувалась на двох основних положеннях [2, с.67]:

1. Правильна реалізація стратегій важливіша, аніж якість самих стратегій;
2. Використання в управлінні лише фінансових показників не дозволяє успішно йти до поставленої цілі – довгострокової максимізації вартості компанії.

За словами цих науковців, система збалансованих показників – це система взаємопов’язаних мірил по цілям, показникам, задачам та ініціативам, які в сукупності описують стратегію компанії та способи її досягнення. Цю систему вводять в компанії для приведення стратегії в дію. Її основне завдання – посилення стратегії діяльності, формалізація стратегії, донесення її суті до кожного співробітника компанії, забезпечення моніторингу за її виконанням та зворотного зв’язку. Система BSC є інструментом управління, яке націлене на забезпечення досягнення довгострокової стратегії успіху компанії.

Класична BSC-модель Нортон-Каплана передбачає чотири групи ключових показників (перспектив), пов’язаних причинно-результативними відносинами) [2, с.70]:

- фінанси;
- клієнти;
- внутрішні бізнес-процеси;
- навчання та ріст.

Автори показали, як саме за допомогою показників можна представити стратегію у вигляді сукупності виконаних операцій. З моменту першої публікації концепція була прийнята з зацікавленістю як серед вчених, так і серед практиків, а також компаніями, які займались наданням послуг.

За допомогою даних показників менеджери можуть відповісти на наступні основні питання: якою компанія представляється своїм акціонерам, потенційним інвесторам (фінансові показники); якою компанія уявляється своїм покупцям (показники маркетингу); які бізнес-процеси компанія повинна поліпшити, на яких зосередитися (проекція внутрішніх бізнес-процесів); чи може компанія продовжувати свій розвиток, підвищити

Поряд з аналізом факторів успіху та визначенням стратегії компанії у вигляді збалансованої системи, компанії цікавились також можливостями інтеграції системи збалансованих показників з системами мотивації, а також оптимізації системи управління в процесі спрощення її організаційної структури.

З моменту публікації «програмного творіння» Каплана і Нортон по всьому світу з'явилася безліч подібних книг, а тема управління результативністю (Performance Management) стала улюбленою. У багатьох роботах обговорювалось впровадження цієї системи в компаніях малого і середнього бізнесу, крім того, розвивалися концепції збалансованої системи показників, адаптовані до певних сфер діяльності (наприклад, до управління персоналом).

Тим часом Каплан і Нортон організували компанію Balanced Scorecard Collaborative, Inc., що надає консультаційні послуги компаніям, які хотіли б використовувати систему збалансованих показників в своїй діяльності. Серед іншого було розроблене програмне забезпечення для даної системи, в завдання якої входило слідування за відповідністю систем основним принципам.

У 2001 році була опублікована друга книга Каплана і Нортон про систему збалансованих показників «Організація, орієнтована на стратегію» (“The Strategy-Focused Organization”). Вона ґрунтується на досвіді впровадження системи BSC в організаціях, розглядає вплив системи на фінансове планування, винагороду, ініціювання процесів зворотного зв'язку та інше.

В першій книзі головним чином виводилися показники на основі стратегії компанії, а у другій - особлива увага приділена розробці стратегій і створенню стратегічно-орієнтованих підприємств на основі параметрів вимірювання ефективності управління [3, с.89].

Отже, розвиток концепції збалансованих показників починається із стрімким розвитком ринкових відносин, який припадає на початок ХХ століття. Хоча сама система з'явилась лише в 90-х роках ХХ століття, проте її появі передували інші концепції, розробка різноманітних показників, які допомагають визначити реальну вартість компанії, ефективність її діяльності та можливості розвитку. Логічним завершенням появи та розвитку стратегічних інструментів оцінки бізнесу стала поява системи збалансованих показників, розроблена Капланом та Нортон. BSC-модель Нортон-Каплана дозволяє топ-менеджерам сфокусуватись на деталях, особливо важливих для реалізації стратегії, вибрати з великого потоку даних тільки ті, які справді впливають на ефективність компанії.

Таким чином, в умовах посилення конкурентної боротьби одним з напрямів підвищення ефективності роботи компанії та збільшення її економічної вартості є обґрунтоване застосування збалансованої системи показників. Це не означає, що всі суб'єкти господарювання водночас можуть перейти до застосування збалансованої системи показників. Її запровадженню передуює серйозна, кропітка робота з побудовою стратегії компанії, визначення її пріоритетів у фінансовій сфері та в роботі з клієнтами, удосконалення бізнес-процесів, навчання і розвитку персоналу та компанії в цілому. З цієї причини розробки щодо формування і використання збалансованої системи показників в системах управління українських підприємств мають велике перспективне значення і заслуговують на увагу з боку науковців і практиків.

#### **Список використаних джерел:**

1. Нильс-Горан О., Рой Ж, Ветер М. Оценка эффективности деятельности компании: Практическое руководство по пользованию сбалансированной системы показателей. – М.: Вильямс. – 2003. – 304 с.
2. Каплан Р., Нортон Д. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию. – М.: Олимп-Бизнес, - 2003. -204 с.
3. Неудачин В.В. Реализация стратегий компании: финансовый анализ и моделирование. – М.: Вершина. – 2006. – 342с.
4. Прайснер А. Сбалансированная система показателей в маркетинге и сбыте. – М.: «Издательский дом «Гребеников». – 2009. – 208 с.

**Михайлова В.А.**

### **УПРОЩЕННАЯ СИСТЕМА НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ КАК ИСТОЧНИК ПЕРВОНАЧАЛЬНОГО НАКОПЛЕНИЯ КАПИТАЛА В ТРАНСФОРМАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКЕ УКРАИНЫ**

В современных условиях, когда в Украине совпали процессы глобализации, рыночных преобразований, утверждение суверенности государства актуальными и практически значимыми стали проблемы формирования и функционирования капитала

экономической деятельности. Характерной чертой трансформации экономики является первоначальное накопление капитала, поскольку оно формирует класс предпринимателей на новой материальной базе – частной собственности на средства производства, без чего рыночное хозяйство не может существовать.

Во всех постсоциалистических странах льготное налогообложение служит важнейшим внутренним источником ПНК. Оно выполняет роль стартовой площадки для предпринимателей, которые за счет экономии ресурсов при полном или частичном освобождении от уплаты налогов, предоставление налоговых кредитов могут создать начальный капитал, увеличить действующий, осуществить дальнейшее расширенное воспроизводство принадлежащего им бизнеса.

Однако в других странах постсоциалистической трансформации не использовали подобно украинскому индивидуального упрощенного режима налогообложения.

Законодательно субъекты хозяйствования, избравшие упрощенную систему налогообложения могли увеличивать свой капитал быстрее, чем плательщики по общей системе уплаты налогов.

Сбережение значительных средств обеспечивалось за счет освобождения от уплаты большого количества других налогов при постоянной, небольшой ставке единого налога для физических и юридических лиц.

Длительное время субъекты льготного налогообложения перечисляли в Пенсионный фонд взносы в 3,2 раза меньше, чем по общей системе уплаты страховых взносов, поскольку был установлен норматив деления ставки единого налога.

Несмотря на то, что сами предприниматели-упрощенцы были включены в перечень плательщиков пенсионных взносов на общих основаниях, эта законодательная норма была реализована только в июле 2012 года.

Плательщики единого налога широко использовали механизм налогообложения для теневого первоначального накопления капитала, так как часто нарушали налоговое законодательство. Обычно представители малого бизнеса, достигнув максимально дозволенного законом объема операций для регистрации плательщиком единого налога вместо перехода на общие условия уплаты налогов регистрировали новое предприятие. На нем, так же как и на старом использовали льготное налогообложение.

Субъекты хозяйствования - плательщики единого налога применяли практику минимизации «налоговых обязательств», в том числе при выплате зарплаты «в конвертах», привлечении незарегистрированных наемных работников. В этом случае вообще отсутствуют отчисления в Пенсионный фонд. Рост капитала сопровождается потерей у работников права на страховой стаж и части будущих доходов по системе пенсионного обеспечения.

Переход на упрощенную систему налогообложения при выборе ставки единого налога 5 % дает право субъектам налогообложения не регистрироваться плательщиками НДС. Появление такой правовой нормы перекручивает действие механизма косвенного налогообложения, прерывается ряд налоговых кредитов, приводит к автоматическому росту производственных расходов не только этих предприятий, но и идущих за ними. В конечном счете, растут цены, налоговое бремя перекладывается на конечного потребителя продукции.

Упрощенная система налогообложения способствует теневому первоначальному накоплению капитала даже у плательщиков, работающих по общей системе налогообложения. Они направляют доходы, которые подлежат налогообложению по общим правилам, на счета плательщиков единого налога как оплату за фиктивные услуги. Бюджет вместо большей суммы налога на прибыль получает меньшую. Полученная разница распределяется между участниками сделки.

Поскольку существующая система упрощенного налогообложения вызывала уменьшение государственных финансовых ресурсов, разбалансировку пенсионного обеспечения, увеличение теневого сектора, то подверглась государственной корректировке. Принятие Налогового кодекса значительным образом устранило возможность теневого накопления капитала при применении единого налога. По многим положениям плательщики-обладатели льгот поставлены в равные условия с субъектами хозяйствования, избравшими налогообложение на общих основаниях.



Сохранение системы упрощенного налогообложения возможно при дальнейшем ее совершенствовании следующим образом:

- осуществление индексации показателя единого налога и объема выручки реализации с учетом уровня инфляции;
- применение упрощенных схем налогообложения целесообразно для определенных отраслей и производств, которые ориентированы на внутренний спрос, на удовлетворение насущных потребностей, на предприятиях приоритетных с точки зрения интересов всего общества;
- обоснованное ограничение круга плательщиков, на которых не распространяется упрощенная система налогообложения, учета и отчетности;
- внесение необходимых корректив в уровень средней ставки налогообложения, расширение диапазона ее изменения;
- использование дифференцированных ставок налогообложения;
- оптимизировать перечень налогов и сборов, которые заменяются единым налогом;
- для плательщиков единого налога с использованием труда наемных работников без соответствующего оформления трудовых отношений ввести штрафные санкции;
- создать стимулы для местных органов власти в заинтересованности развития малого бизнеса на их территориях.

Своевременная реализация предлагаемых мер даст возможность сформировать более эффективный механизм функционирования упрощенного налогообложения, как важнейшего источника ПНК.

**Список использованных источников:**

1. Вишнявський В.П. До питання про сутність єдиного податку / В. Вишнявський // Фінанси України. – 2009. – № 7. – С. 11-16.
2. Вдовиченко М.І. Про ефективність податкової системи в Україні/М. Вдовиченко // Фінанси України. – 2009. – № 3. – С. 99-108.
3. Податковий кодекс України. – Х.: Фоліо, 2011. - 272 с.

**Міронова Ю.В.**

**НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВАХ**

Протягом останніх двадцяти років в українській економіці відбуваються складні трансформаційні процеси, зумовлені становленням ринкової економіки. Такі зміни обумовили широкий спектр можливостей для суб'єктів господарської діяльності. Водночас це актуалізувало ряд проблем економічного та соціально-організаційного характеру як традиційних, так і нових за своїм змістом. До таких слід віднести, зокрема, пошук напрямів підвищення ефективності праці як фактору результативності господарської діяльності підприємств. Отже, на сьогодні важливим питанням постає формування високого рівня ефективності праці як основи стабільності та конкурентоспроможності господарської діяльності підприємств.

Питанню управління ефективністю праці та формуванню напрямів її підвищення присвячено значну кількість наукових досліджень та публікацій. Зокрема, праці Адамчука В., Багрової І., Гончарова В., Вороніна О., Данюка В., Дієсперова В., Кібанова А., Пастуха О., Петюха В., Сербіновського Б., Харченко В. та ін. Проте певна частина теоретичних і практичних питань щодо ефективності праці та її формування залишається нерозкритою. Так, важливим завданням залишається пошук напрямків підвищення ефективності праці, які б забезпечили конкурентоспроможність вітчизняних підприємств.

Специфіка управління ефективністю праці полягає у необхідності досягнення як економічної, так і організаційної та соціальної ефективностей [1, 31]. Причому необхідно формувати ефективність праці, враховуючи усі три її види, не виокремлюючи важливість того чи іншого напрямку. Реалізація зазначеного підходу до управління можлива лише при усвідомленні високого значення синергетичного ефекту. Такий ефект має місце при комплексному та оптимальному поєднанні особової (персональної) ефективності праці, ефективності поєднання праці з засобами праці та предметами праці, а також ефективності

виконаної праці робітниками у контексті головної мети господарської діяльності підприємства [2, 550].

На основі проведених досліджень було створено модель для вибору оптимального підходу до підвищення ефективності праці:

$$\text{Оптимальне управління ефективністю праці} = \begin{cases} \langle \text{II} \rangle, \text{ якщо } \langle \text{B, BC} \rangle \cup \langle \text{T}_n \text{B} < \text{T}_n \text{ЧП} \rangle; \\ \langle \text{III} \rangle, \text{ якщо } \langle \text{B, BC} \rangle \cup \langle \text{T}_n \text{B} > \text{T}_n \text{ЧП} \rangle; \\ \langle \text{I, II} \rangle, \text{ якщо } \langle \text{C} \rangle \cup \langle \text{T}_n \text{B} < \text{T}_n \text{ЧП} \rangle; \\ \langle \text{I, III} \rangle, \text{ якщо } \langle \text{HC, H} \rangle \cup \langle \text{T}_n \text{B} > \text{T}_n \text{ЧП} \rangle; \\ \langle \text{II, III} \rangle, \text{ якщо } \langle \text{C} \rangle \cup \langle \text{T}_n \text{B} > \text{T}_n \text{ЧП} \rangle, \langle \text{HC, H} \rangle \cup \langle \text{T}_n \text{B} < \text{T}_n \text{ЧП} \rangle. \end{cases} \quad (1)$$

де I – підвищення ефективності праці за особовою (персональною) ефективністю праці робітників;

II – підвищення ефективності праці за ефективністю поєднання праці з засобами праці та предметами праці;

III – підвищення ефективності праці за ефективністю (результативністю) виконаної праці робітниками у контексті головної мети господарської діяльності підприємства;

B – високий рівень ефективності праці;

BC – рівень ефективності праці, вищий за середній;

C – середній рівень ефективності праці;

HC – рівень ефективності праці, нижчий за середній;

H – низький рівень ефективності праці;

$T_n B$  – темп приросту обсягів виробництва продукції на підприємстві;

$T_n \text{ЧП}$  – темп приросту чистого прибутку (збитку) на підприємстві.

Критерієм оптимальності при формуванні напрямів підвищення ефективності праці виступають: максимізація результатів та мінімізація витрат; задоволення потреб та інтересів працівників; цілісність та організаційна оформленість підприємства [3].

Якщо задовольнити усі три складові критерії оптимальності, виникає синергетичний ефект. Даний ефект у контексті оптимізації управління ефективністю праці має місце при забезпеченні трьох складових ефективності праці: економічної, соціальної, організаційної. Тобто поєднання економічної, соціальної та організаційної ефективності посилює ефективність праці. Синергетичний ефект можливо визначити, змодельовавши розвиток плодоовочевих переробних підприємств за умови використання різних груп завдань ефективності праці.

За успішність виконання завдань економічної ефективності відповідають такі показники, як: показник продуктивності праці; показник виробітку; рівень зарплатовіддачі; рівень фондоозброєності; рівень матеріалоозброєності; показник прибутковості робітників; ефективність витрат на персонал; рівень витратовіддачі.

Успішність виконання завдань соціальної ефективності відображають показники: рівень заробітної плати робітників; рівень дисципліни робітників; рівень мотивованості праці робітників.

Організаційна ефективність відображається такими показниками, як: рівень освіти робітників; рівень вікової структури робітників; рівень кваліфікації робітників; рівень середнього стажу роботи робітників; рівень науково-технічного розвитку (автоматизації праці) на підприємстві.

Оцінивши рівень ефективності праці за різними варіантами, методом абсолютних різниць стає можливим обрахування синергетичного ефекту, що має місце при задоволенні усіх трьох складових критеріїв оптимальності управління ефективністю праці на підприємстві.

Відповідно до запропонованої моделі управління підвищення ефективності праці за особовою (персональною) ефективністю передбачає зосередження управлінської уваги на: 1) формуванні особистості робітника з рівнем освіти та кваліфікацією, що відповідають зайнятій посаді; 2) підвищення мотивації працівника, відданого своїй роботі та підприємству.

зацікавленого у найкращих результатах своєї роботи як значного вкладу у загальну ефективність виробничої діяльності підприємства, задоволеного оплатою своєї праці та умовами роботи. Підвищення ефективності праці за ефективністю поєднання праці з засобами та предметами праці передбачає першочергову увагу керівництва підприємства на нарощенні обсягів виробництва – як результат підвищення продуктивності праці, виробітку та трудомісткості. Також необхідним є забезпечення робітників оптимальною структурою оборотних та основних фондів, а також достатньою якістю та відповідністю до сучасних вимог НТП останніх. Підвищення ефективності праці за ефективністю (результативністю) виконаної праці робітниками у контексті головної мети господарської діяльності підприємства передбачає зосередження уваги адміністрації саме на ефективності витрат на персонал та збільшення прибутковості робітників.

Дослідженнями було підтверджено, що використання розробленої моделі для вибору оптимального підходу до підвищення ефективності праці забезпечить високий рівень екстенсивності та інтенсивності праці, що позитивно впливає на рівень продуктивності праці. А це в свою чергу збільшить рівень ефективності праці робітників підприємств.

Отримані результати щодо високої залежності результатів господарської діяльності підприємств від рівня ефективності праці, що підтверджено розрахованими кореляційними зв'язками, свідчать про можливість обирати підвищення ефективності праці робітників як основний функціональний фактор забезпечення прибутковості підприємств. В свою чергу визначений та обґрунтований математичний зв'язок ефективності праці з рентабельністю господарської діяльності підприємств дає підстави охарактеризувати подальші перспективи для підприємств. Зокрема, базисні індекси ефектоутворюючих факторів та щільний математичний зв'язок ефективності праці з економічними показниками діяльності підприємств вказують на позитивну перспективу для останніх за умови збереження окреслених тенденцій.

#### **Список використаних джерел:**

1. Воронін О. Визначення показників економічної ефективності виробництва на основі модифікації ресурсного підходу / О. Воронін. // Економіка України. – 2007. – № 10. – С. 29-37.
2. Міронова Ю. В. Деякі теоретичні аспекти ефективності праці на промислових підприємствах / Ю. В. Міронова // Економіка: проблеми теорії та практики: Збірник наукових праць. – Дніпропетровськ: ДНУ, 2008. – Т. 3, № 243. – С. 549-553.
3. Петрович Й. М. Основні складові механізму забезпечення ефективного виконання роботи персоналом / Й. М. Петрович, М. Р. Леськів // Актуальні проблеми економіки. – 2010. – №4. – С. 127-132.

*Севрюкова С.М.*

### **ЕФЕКТИВНІСТЬ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ ГАЛУЗІ САДІВНИЦТВА**

В умовах глобалізації світової економіки, коли все більше посилюється конкуренція між товаровиробниками, у садівництві на перший план постає проблема виробництва конкурентоспроможних плодів і ягід за якістю та собівартістю. Вирішення цієї проблеми безпосередньо пов'язане з виявленням і найповнішим використанням наявного природно-економічного потенціалу для розвитку садівництва, обґрунтування і найповнішого використання основних організаційно-економічних і технологічних чинників підвищення ефективності садівництва. Стратегічною метою, стабілізації та подальшого розвитку садівництва є виробництво плодоягідної продукції в обсягах повного забезпечення потреб внутрішнього ринку та максимального використання наявного експортного потенціалу на основі адаптації садівництва до ринку й ефективного використання чинних законодавчо-нормативних актів. Успішному вирішенні цих питань важлива роль належить активізації інвестиційної діяльності, ефективній управлінській діяльності, впровадження сучасних технологій та техніки у вирощуванні садівницької продукції.

Ефективність садівництва як складова ефективності сільськогосподарського виробництва – це складна економічна категорія, що відображає результативність виробництва. Головна роль у даному понятті відводиться інтенсифікації садівництва, яка становить процес удосконалення використання всіх ресурсів, що виражається в посиленому

виробничого процесу на одиницю часу. Сільськогосподарське виробництво вимагає органічного поєднання і взаємодії чотирьох факторів – робочої сили, основних засобів, предметів праці і землі. У процесі виробництва здійснюється виробниче споживання вказаних ресурсів з метою отримання певних споживних вартостей, спроможних задовольнити відповідні потреби людей. Економічна ефективність садівництва показує віддачу сукупних вкладень - це є отримання максимальної кількості продукції при мінімальних затратах праці.

Ураховуючи специфіку сільськогосподарського виробництва ефективність поділяють на такі види: технологічну, економічну, соціальну. У садівництві показниками технологічної ефективності є урожайність культур з одиниці посівної площі та основні параметри якості плодючої продукції.

Порода і сорт є головними елементами основних засобів виробництва в галузі садівництва. На відміну від інших засобів виробництва вони безпосередньо створюють новий продукт, чим і визначається їх вирішальна роль у формуванні ефективності садівництва. Тому, удосконалення породно-сортової структури промислових садів є одним із основних напрямків підвищення економічної ефективності садівництва. Варто підкреслити, що помилки, допущені в породно-сортовому складі при закладанні насаджень, важко виправити без додаткового вкладання значних коштів. Загалом, же, з врахуванням комплексу макро- і мікроекономічних чинників, що впливають на формування галузі садівництва, може бути велика кількість варіантів породно-сортового складу насаджень. Опрацювання такого складу, залежно від конкретних природних і економічних умов господарства, має вирішальне значення в справі ефективного влаштування і ведення галузі. Оптимізація породно-сортового складу полягає в тому, що впровадження їх у виробництво забезпечить рівномірніше використання протягом року виробничих ресурсів і праці, збалансованість виробництва, рівномірніше надходження коштів від реалізації садівницької продукції.

Критерієм економічної ефективності є можливість самофінансування для забезпечення розширеного відтворення, яка характеризується такими показниками, як рентабельність, фінансова стійкість, платоспроможність. Її рівень у садівництві залежить від багатьох причин, які сумуються і знаходять своє відображення, перш за все, в таких основних показниках, як урожайність, собівартість та ціна реалізації. Чим більша урожайність та ціна реалізації, тим більший прибуток на одиницю площі та на одиницю маси. При цьому також збільшується рівень рентабельності виробництва. Усі ці показники тісно взаємопов'язані між собою і мають великий вплив на економічну ефективність галузі та її підвищення.

Соціальні напрями розвитку галузі садівництва включають формування розуміння необхідності реформування галузі спеціалізованими садівницькими господарствами, сільськогосподарськими підприємствами, які займаються вирощуванням плодово-ягідної продукції та особистими господарствами населення. Особливого значення при вирішенні задач стійкого розвитку галузі садівництва набувають раціональне використання трудових ресурсів та проведення активної соціальної політики, направленої на підвищення мотивації праці у сільському господарстві, покращення матеріальної забезпеченості працівників, поліпшення демографічної ситуації та запобігання високої диференціації населення. Організація пропаганди переваги споживання вітчизняної плодово-ягідної продукції в засобах масової інформації призведе до підвищення попиту населенням країни та витиснення з ринку фруктів, які споконвіків вирощувалися на українській землі, закордонного походження.

Вивчення вітчизняного і зарубіжного досвіду свідчить, що інтенсивне ведення садівництва передбачає оптимальне внесення добрив, застосування засобів захисту рослин, удосконалення породно-сортового складу, зрошення та дотримання технологій виробництва, що сприяє підвищенню ефективності виробництва і забезпечує розширене відтворення виробництва. Водночас, на ефективність виробництва плодово-ягідної продукції суттєво впливають ринковий попит і пропозиція, цінова політика держави, розвиненість ринкової інфраструктури.

В умовах ринку ефективність виробництва не можна розглядати з позиції зростання його обсягів, нині воно повинно задовольняти потреби споживачів у якісній плодово-ягідній продукції. Розвинена ринкова інфраструктура забезпечує пропозицію свіжих плодів та ягід протягом року і наближує її до попиту як в інших регіонах країни, так і в країнах ближнього

зарубіжжя. Характерною особливістю формування ефективного функціонування ринкової інфраструктури є різноманітність її об'єктів. З одного боку, реалізовувати продукцію через власні господарські системи без посередників вигідніше. З іншого боку, виникає значна кількість негативних факторів, зокрема таких як нераціональне забезпечення населення продукцією, низька якість власної переробки, незавантаженисть потужностей на оптових ринках та переробних підприємствах.

Таким чином, рівень ефективності виробництва плодово-ягідної продукції в ринкових умовах формують такі фактори як раціональне розміщення насаджень, рівень концентрації, спеціалізації та інтенсифікації виробництва, а також вплив факторів зовнішнього середовища з урахуванням вимог ринку щодо якості, сортового і видового складу продукції.

**Список використаних джерел:**

1. Галузева програма розвитку садівництва України на період до 2025 року [Електронний ресурс] / Мін-во аграр. політики України. – Режим доступу: <http://www.minagro.gov.ua/page/?7528>.

2. Шестопаль О. М., Рудько В. А., Кондратенко П. В. та ін. Економіка та організація промислового садівництва України: монографія / ; за ред. : О. М. Шестопаль. - К. : Ін-т аграр. економіки, 2010.

3. Кутковецька Т.О. Оцінка економічної ефективності садівництва / Механізм регулювання економіки /2010р с.26-29

4. Вітчизняне садівництво: стан та перспективи / Електронний ресурс <http://agrokraina.com.ua/index.php>

*Синякова К.М.*

**СТРАТЕГІЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ПРОФЕСІЙНО-КВАЛІФІКАЦІЙНОЮ СТРУКТУРОЮ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА**

Об'єктивна закономірність циклічності розвитку сучасної економіки посилює увагу до методів конкурентної боротьби підприємств всіх галузей народного господарства. Світова практика свідчить, що спільними для підприємств всіх галузей є розуміння персоналу як головного засобу забезпечення довгострокових конкурентних переваг підприємства – це залишається провідною тенденцією як в наукових теоріях, так і в практиці господарювання. Для формування та підтримки таких конкурентних переваг необхідним є визначення принципів та способів, механізмів та алгоритмів забезпечення підприємства персоналом з необхідними кількісними, статево-віковими, професійно-кваліфікаційними характеристиками. Останні, зокрема, визначають якісні властивості персоналу, певний набір компетенцій, необхідних для досягнення цілей підприємства, і реалізуються у понятті професійно-кваліфікаційної структури (ПКС) персоналу.

В загальній структурі видів економічної діяльності, проблема забезпечення ПКС персоналу особливо актуальною виявляється для підприємств сфери послуг, в тому числі, для підприємств туристичної галузі, яка наразі є не тільки однією з найперспективніших галузей світової економіки, але й важливою суспільною площиною спілкування людей.

виділимо цілі кадрової політики забезпечення ПКС персоналу систематизуючи їх за групами:

1. Загальні (характерні для будь-якого підприємства): пошук і утримання відповідної кількості та якості працівників, які здатні реалізувати завдання фірми; побудову відповідного психологічного клімату; зменшення плинності кадрів; підтримання високого психологічного та професійного рівня поведінки працівників упродовж тривалого часу; реалізація трудового потенціалу тощо.

2. Специфічні (характерні для туристичної галузі, враховують феномен туризму): формування широкого діапазону компетенцій необхідних для реагування на зміни внутрішнього і зовнішнього середовища; забезпечення мобільності персоналу; посилена увага до розвитку загальних компетенцій; перетворення споживачів туристичного продукту на лояльних партнерів.

Досягнення кінцевих та проміжних цілей стає можливим завдяки застосуванню інструментарію кадрової політики, який складається з таких механізмів і процесів, пов'язаних з

підбір і відбір персоналу, навчання та оцінка персоналу, мотивація персоналу. Не дивлячись на різноманіття інструментарію, в практиці туристичного бізнесу допускаються типові помилки в забезпеченні ПКС персоналу, які призводять до зниження ефективності її функціонування:

- 1) проблеми „випадкових працівників” – зумовлені недоліками в процесах пошуку, підбору та відбору персоналу;
- 2) проблема мотиваційного механізму - винагорода призначається тенденційно, премії не стимулюють до діяльності, важко втримати компетентних фахівців, складно звільнити некомпетентних працівників;
- 3) проблема цінностей – низька дисципліна, недостатні моральні якості працівників;
- 4) проблема невідповідності – виникає через неспівпадіння необхідних компетенцій наявним;
- 5) проблема „диригента” – зумовлена масштабами туристичних підприємств, на яких керівник поєднує декілька різних видів діяльності.

Виникнення цих та інших помилок часто виникає через недооцінку важливості факторів які мають значний вплив на забезпечення ПКС персоналу туристичних підприємств. До факторів зовнішнього середовища віднесемо суспільно-політичне становище країни загалом, структурні зрушення в сфері зайнятості та ринку праці, стан ринку освітніх послуг, трудове законодавство. До факторів внутрішнього середовища – мотиваційну систему менеджменту, фінансове забезпечення функціонування ПКС, зокрема витрати на розвиток персоналу, структура і цілі підприємства, територіальне розміщення, технології, виробнича й управлінська культура.

Враховуючи специфіку кадрового забезпечення підприємств туристичної галузі, визначимо площину кадрової політики забезпечення професійно-кваліфікаційної структури персоналу як таку, що складається з двох взаємоузгоджуваних елементів, які визначають різні комбінації способів її реалізації: методів здійснення кадрової політики (економічних, правових, соціально-психологічних) з одного боку, і стадії відтворення ПКС персоналу підприємства. Так, відповідно до запропонованого алгоритму, стадії формування ПКС відповідають такі складові кадрової політики як пошук кандидатів, підбір та відбір персоналу, стадії функціонування – навчання та оцінка персоналу, стадії модифікації – підвищення кваліфікації, розвиток кар'єри, звільнення працівників тощо.

Зростання масовості та доступності національних контактів і обмінів, розширення сфери офіційних і неформальних форм туристського спілкування об'єктивно викликають потребу в постійному оновленні компетенцій персоналу туристичних підприємств, що має знаходити адекватне відображення у сфері освітніх послуг. В Манільській Декларації, прийнятій Всесвітньою Організацією туризму підкреслюється, що підготовка кадрів спеціалістів у галузі туристської індустрії має стати частиною навчання молоді, а введення туризму до програм навчання молоді є важливим елементом освіти та виховання, який сприяє постійному зміцненню миру. [3]

Таким чином, раціональний підхід та розробка методичних основ забезпечення ПКС персоналу туристичного підприємства дозволить сформувати персонал, що володіє такими конкурентоспроможними властивостями як компетентність, ввічливість, надійність, відповідальність, комунікабельність тощо.

Враховуючи методичні особливості кадрового забезпечення туризму визначимо кадрову політику забезпечення ПКС персоналу як сукупність оперативних, тактичних та стратегічних заходів спрямованих на досягнення професійно-кваліфікаційного клірингу, який досягається завдяки використанню набору інструментів та зазнає суттєвого впливу через динаміку зовнішнього та внутрішнього середовища.

Зокрема, головним детермінантом зовнішнього середовища як чинника впливу на забезпечення ПКС персоналу підприємства є загальноекономічні засади розвитку економіки на державному рівні. Саме вони визначають початкові умови формування, ПКС персоналу підприємства і здійснюють значний вплив на її функціонування та модифікацію. Серед напрямів державної політики в сфері забезпечення ефективної ПКС персоналу туристичної галузі можемо запропонувати наступні: вдосконалення порядку стандартизації, сертифікації та ліцензування в галузі туризму; впровадження системи статистичної

туристичної діяльності; заохочення національних та іноземних інвестицій у розвиток туристичної індустрії; організація та розвиток системи наукового забезпечення галузі туризму, підготовка та підвищення кваліфікації туристичних кадрів; створення національної школи підготовки фахівців до професійної соціальної і туристської діяльності, що фінансується за рахунок змішаної участі різних структур.

**Список використаних джерел:**

1. Бунтова Н.В. Кадрове забезпечення галузі туризму з урахуванням міжнародного досвіду / Н.В. Бунтова // Демографія та соціальна економіка — 2006. — № 2. — С. 136-142.
2. Регіональна цільова Програма розвитку туризму в області. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://frrt.if.gov.ua/Ukr/turizm/rozv\\_tur\\_2011-2015.doc](http://frrt.if.gov.ua/Ukr/turizm/rozv_tur_2011-2015.doc). - Назва з екрану.
3. Теоретичні засади кадрового забезпечення сфери туризму в Україні. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ecologylife.ru/tyrizm-2003 /teoretichni-zasadi-kadrovogo-zabezpechennya-sferi-turizmu-v-ukrayini.html>. - Назва з екрану.
4. Федорченко В. К. Підготовка кадрів туризму в Україні: досвід навчально-науково-виробничого комплексу. [Електронний ресурс] / В.К.Федорченко. – Режим доступу: [http://tourlib.net/books\\_ukr/pedtur6.htm](http://tourlib.net/books_ukr/pedtur6.htm). - Назва з екрану.

**Стратонов В.М.**

**ЕКОЛОГО-ЕКОНОМІЧНА СКЛАДОВА ЗДІЙСНЕННЯ ОХОРОНИ ЗЕМЕЛЬ В КОНТЕКСТІ УКРАЇНСЬКОЇ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ**

За роки незалежності в Україні в цілому сформована національна екологічна політика. «Основні напрями державної політики у галузі охорони довкілля, використання природних ресурсів та забезпечення екологічної безпеки», затверджені Верховною Радою України у 1998 році, на державному рівні визначили довгострокову стратегію розв'язання екологічних проблем України, в тому числі і щодо еколого-економічної складової здійснення охорони земель. Досліджуване в даній частині роботи питання відноситься до національних пріоритетів охорони довкілля, а тому має власний законодавчий масив, до якого, зокрема, входять Земельний, Лісовий, Водний, кодекси та Кодекс про надра, закони України «Про охорону навколишнього природного середовища», «Про природно-заповідний фонд», «Про екологічну експертизу», «Про використання ядерної енергії та радіаційну безпеку», «Про поводження з радіоактивними відходами», «Про відходи», «Про зону надзвичайної екологічної ситуації» та інші. Разом з тим, еколого-економічна складова здійснення охорони земель в Україні залишається проблемною в силу неоперативності законодавства в сенсі врахування реальних умов діяльності суб'єктів господарювання на землях України, в сенсі невиправдано повільної гармонізації національного законодавства з європейським, з огляду на повільне і недостатньо ефективно впровадження економічного механізму землекористування та охорони земель. Так, збір за забруднення земель, система зборів за спеціальне використання земельних ресурсів, відшкодування збитків, заподіяних внаслідок порушення законодавства про охорону земель, в якості еколого-економічних важелів стимулювання раціонального використання земель та фінансування їх охорони не мають належного розвитку. Україна потребує «об'єднання екофондів в єдиній фінансовій системі при збереженні всіх елементів самостійності регіональних фондів, що забезпечить надійні можливості взаємного страхування, кредитування, об'єднання ресурсів для виконання спільних екологічних проектів» [1], щоб в контексті державної політики оптимізувати екологічно-економічну складову здійснення охорони земель.

Починаючи із шістдесятих років ХХ століття, на землях України, виходячи із загальносоюзного розподілу праці, велось інтенсивне будівництво багатьох техногенно-небезпечних об'єктів (потужних теплоелектростанцій, нафто- газо- та продуктопроводів, хімічних та нафтохімічних виробництв, великих гідротехнічних споруд, атомних електростанцій), які мають обмежений ресурс функціонування – 30-50 років. Сучасна Україна повинна подбати про те, щоб запобігання значним негативним наслідкам не втратило фактору своєчасності. Для цього в контексті питання про правову охорону земель необхідно мати матеріальне забезпечення не окремих (разових або резонансних), а сукупності науково обґрунтованих заходів, спрямованих на: ліквідацію надмірного вилучення земельних фондів із сільськогосподарського обігу внаслідок промислового, транспортного, міського

будівництва та видобутку корисних копалин, запобігання підтопленню, заболоченню засобом гідротехнічного й меліоративного будівництва, підвищення фізико-хімічних властивостей, знищення в них отруйних хімічних речовин при застосуванні мінеральних добрив та засобів захисту рослин від шкідників і хвороб, запобігання забрудненню ґрунту відходами промислового виробництва, паливом і мастильними матеріалами при виконанні сільськогосподарських робіт, захист від водної та вітрової ерозії, раціональне регулювання ґрунтоутворного процесу в умовах інтенсифікації сільськогосподарського виробництва та його індустріалізації.

Глави 27 і 28 ЗК встановлюють правовий режим техногенно забруднених, деградованих і малопродуктивних земель, його значення в умовах сучасної України важко переоцінити.

Спеціально уповноваженими органами з питань екології та природних ресурсів є Міністерство охорони навколишнього природного середовища України, державні управління екології та природних ресурсів в АРК, областях, містах Києві і Севастополі, інші територіальні органи та інспекції зазначеного міністерства. Певні контрольні повноваження надвідомчого характеру у сфері земельних відносин також мають: органи інших міністерств, зокрема органи державного санітарного нагляду Міністерства охорони здоров'я України (у частині додержання санітарного законодавства при використанні земельних ділянок, встановлення і забезпечення правового режиму санітарно-захисних, оздоровчих, рекреаційних зон тощо); органи Держбуду (у частині контролю за забудовою територій міст та інших населених пунктів, надання земельних ділянок у містах, додержання містобудівних правил і норм тощо); органи Міністерства аграрної політики (у частині контролю за охороною ґрунтів сільськогосподарського використання); органи Держкомлісу (у частині контролю за охороною і використанням земель лісового фонду); органи Державного комітету водного господарства України (у частині контролю якості зрошуваних і осушуваних земель) та деякі інші [2, с.123-124]. Отже, існує можливість і через таку систему сприяти якісній динаміці еколого-економічної складової здійснення охорони земель в Україні.

Поряд зі здійснення державного контролю, важливе місце в регулюванні охорони земель посідає стимулювання охорони земель. Стимулювання охорони земель включає: надання податкових і кредитних пільг громадянам та юридичним особам, які здійснюють за власні кошти заходи, передбачені загальнодержавними та регіональними програмами використання і охорони земель. Дана норма є центральною серед форм стимулювання щодо охорони земель. Законодавець не уточнює форм можливого заохочення, залишаючи їх на розсуд державних органів – виконавців закону. Однак, якщо спробувати проаналізувати дії державних органів, то можна виділити три основні форми заохочення: пільги під час плати за землю; компенсація за рахунок державного бюджету частки чи повної вартості капітальних робіт, виконаних власниками і користувачами угідь; взяття на рахунок держбюджету усіх або частки витрат власника чи користувача землі, необхідних для підтримання результатів виконаних робіт. У фінансовому відношенні найбільш прийнятна для бюджету перша форма. Вона повинна полягати в тому, що, не дивлячись на підвищений чистий прибуток, що отримується користувачами земельних ділянок, ставка земельної плати не повинна підвищуватися хоча б на протязі того строку, за який окупляться зроблені вкладення. Після закінчення даного строку підвищення ставки платежів повинно бути помірним для того, щоб власник землі зміг регулярно отримувати прибуток на ту суму коштів, яку він витратив. Друга і третя форми бажані в тих випадках, коли порівняно невелика підтримка з боку держбюджету буде стимулювати власників і користувачів землі вкладати власні кошти в заходи щодо капітального покращання і захисту своїх угідь. Ці форми можуть служити альтернативою одностороннім меліоративним і захисним роботам, що повністю виконувались за рахунок держави. У цих випадках держава може претендувати на частку тих земельних прибутків, які підвищились внаслідок здійснення меліоративних робіт. В усіх випадках впровадження в життя норм, що розглядаються, вимагає суттєвого підвищення авторитету державної землевпорядної служби. Дана служба повинна не лише засвідчувати сам факт і корисність результатів робіт, що проводяться власниками землі, їх вартість, вплив на навколишні землі тощо. Землевпорядна служба повинна завчасно знайомитися з проектами меліорації і захисту земель, погоджувати місця, строки і порядок виконання робіт, контролювати їх проведення,



відповідальність за їх результати.

Таким чином, країна потребує удосконалення економічних регуляторів охорони земель на всіх рівнях та у всіх напрямках її здійснення, враховуючи при цьому, що екологічна складова входить до системи національної безпеки України.

**Список використаних джерел:**

1. Шевчук В. Національна екологічна політика України за 10 років незалежності і шляхи подальшого її розвитку. // [www.rainbow.gov.ua](http://www.rainbow.gov.ua).
2. Курило В.І., Моторіна Т.С. Основи земельного права України: Навч. посіб. / За заг. ред. В.З. Ярчука. – К.: Магістр-XXI сторіччя. 2006. – 160 с.

**Федорчук О.М.**

**РИНОК МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНИХ РЕСУРСІВ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ**

Аналізуючи сутність ринку матеріально-технічних ресурсів, потрібно виходити з того, що в його основі лежить сукупність економічних відносин, які складаються в сфері обміну з приводу реалізації товарів промислового походження, робіт чи послуг. В умовах ринкової економіки обмін здійснюється безпосередньо між виробниками і покупцями. В розвинутих країнах участь держави в цьому процесі залишається досить відчутною. Економічна свобода аграрних виробників в умовах ринку є досить широкою: вони самі обирають структуру виробництва сільськогосподарської продукції, постачальників матеріально-технічних ресурсів і ціну реалізації, а покупець сам обирає посередника.

В організації ринку матеріально-технічних ресурсів промислового походження потрібно дотримуватись певної послідовності, в основі якої має бути зміцнення фінансового потенціалу в сільському господарстві. Ринок матеріально-технічних ресурсів у зв'язку з цим, вважаємо, має розглядатись як важливий економічний фактор розвитку не лише аграрного, а й промислового виробництва, самовідтворення всієї системи міжгалузевих відносин.

В Україні досі ще не сформовано ефективно діючого і прозорого ринку матеріально-технічних ресурсів. На наше переконання, в умовах фінансової нестабільності та низької платоспроможності аграрних підприємств в ринок матеріально-технічних ресурсів треба входити через регулювання цін на техніку, добрива, отрутохімікати шляхом їх фіксації на доступному платоспроможному рівні, поступово переходити на механізм договірних цін, вдосконалювати систему інженерно-технічного обслуговування, лізингового забезпечення та ін.

Вважаємо, для того щоб аграрне виробництво змогло в короткі строки реанімувати та зміцнити матеріально-технічну базу, необхідно:

1. В державній технічній політиці забезпечити пріоритет вітчизняного машино - і тракторобудування.

2. Через агропромислову політику формувати таке економічне середовище, яке б, з одного боку, створювало оптимальні умови для покупців техніки (фірмовий лізинг, пільгове кредитування, часткове відшкодування вартості техніки), а з другого, забезпечувало економічний інтерес виробників техніки через послаблення податкового тиску, реструктуризацію боргів, надання кредитів під інновації, обмеження імпорту аналогічних зарубіжних зразків.

3. Вагомим економічним стимулом розвитку вітчизняного машинобудування має стати висока платоспроможність аграрних підприємств, чому має сприяти забезпечення гарантованих оптимальних цін на сільськогосподарську продукцію.

Проведений нами аналіз та оцінка стану виробництва сільськогосподарських машин дозволили сформулювати деякі пропозиції щодо вирішення існуючих проблем у найближчій перспективі. До них слід віднести такі: поступовий перехід підприємств на випуск техніки нового покоління шляхом реалізації інвестиційних проектів як українських виробників, так і зарубіжних компаній. При цьому першим етапом таких проектів має стати налагодження крупновузлового збирання тих типів техніки, які вже виготовляються за кордоном; з метою підвищення конкурентоспроможності продукції вітчизняного сільськогосподарського машинобудування і його захисту від іноземних конкурентів передбачити систему квот на імпортовану техніку, насамперед ту, що може бути виготовлена в країні;

застосування держзамовлення на окремі види сільгосптехніки як важливого джерела для розвитку потужностей підприємств галузі; використовуючи неповну завантаженість підприємств військово-промислового комплексу, ширше практикувати організацію на них виробництва окремих машин і складних вузлів та агрегатів для потреб АПК; враховуючи, що численні ремонтні заводи Міністерства оборони України зосереджені на виконанні випадкових замовлень, вирішити на державному рівні питання про їх передачу АПК для проведення капітальних і поточних ремонтів сільгосптехніки; через брак коштів не займатися відновленням роботи всіх підприємств галузі, а створити належні умови для збереження передусім тих виробництв, які довели свою конкурентоспроможність; створити умови для прискореного інноваційного розвитку галузі та формування механізмів ринкового стимулювання виробництва сільськогосподарської техніки.

Зважаючи на важливість проведення єдиної технічної політики як у аграрному виробництві, так і в сільськогосподарському машинобудуванні, координації їх наукової та іншої діяльності, доречно на державному рівні розглянути і вирішити питання про інтеграцію управлінських дій в аграрному виробництві та його технічному забезпеченні. Таке інтегрування, на нашу думку, буде сприяти: відродженню не тільки сільськогосподарського машинобудування і всього АПК, але й посиленню їх впливу на зростання добробуту населення країни; проведенню єдиної технічної політики та підвищенню керованості підприємств; зростанню якості планування і контролю за діяльністю підприємств; можливості маневру існуючими фінансовими, матеріальними та іншими ресурсами; економії коштів завдяки зменшенню управлінського апарату та впливу посередницьких структур; прискоренню організації виготовлення техніки, адаптованої до альтернативних видів пального; забезпеченню проведення єдиної з європейськими країнами технічної політики у сфері сертифікації відповідної технічної продукції; реалізації інноваційної моделі розвитку сільгоспмашинобудування та його адаптації до вимог Світової організації торгівлі.

Поки аграрне виробництво не стане на шлях інноваційного розвитку, доки аграрний ринок і зокрема ринок матеріально-технічних ресурсів не буде підпорядковуватись цій меті, Україна не зможе повернути аграрну економіку на той рівень розвитку, який був напередодні аграрної реформи.

*Шапошникова І.В.*

## **ВОЛОНТЕРСТВО ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ МОЛОДИХ ФАХІВЦІВ**

Розвиток соціально-економічної ситуації в Україні обумовлює необхідність розробки шляхів стабілізації соціальних процесів, забезпечення якісної підготовки управлінських рішень та інструментарію підготовки конкурентоспроможних фахівців із соціальної роботи.

Незаперечним є той факт, що потреби населення у соціальній допомозі, психологічній підтримці і захисті зростають. Тому виникла необхідність у залученні майбутніх працівників соціальної сфери до соціально-психологічної роботи з різними верствами населення у якості добровільних помічників-волонтерів.

Волонтерство як ідея соціального служіння така ж давня, як і сам соціум. У суспільстві завжди знаходилися люди, яким для самореалізації необхідний була праця на благо оточення, в якому вони народилися і вирости. Однак тільки у ХХ столітті така діяльність стала набувати рис загального суспільного феномена. У 1920 у Франції було здійснено перший волонтерський проект за участю німецької і французької молоді, при реалізації якого волонтери відновлювали зруйновані війною ферми на місцях найбільш запеклих боїв між німецькими і французькими військами. З тих пір волонтерство набуло всесвітнього масштабу [5].

Волонтерство – це добровільний вибір, що визначається особистими поглядами та позицією; активна участь громадянина у житті суспільства; самореалізація в суспільній діяльності різноманітних асоціацій, добродійних організацій та громадських об'єднань; сприяння покращенню якості та рівня життя, особистому розвитку та поглибленому почуттю солідарності; сприяння реалізації основних людських потреб заради справедливості та миру в суспільстві. Так записано у загальній Декларації волонтерів, прийнятій на 11 Конгресі Міжнародної Асоціації волонтерів, Париж, 14 вересня 1990р., і саме ці риси формується у

процесі підготовки фахівців соціально-гуманітарного спрямування. Тому при плануванні навчальних та виробничих практик важливою складовою є участь студентів-волонтерів у здійсненні цілого ряду соціальних послуг для тих, хто їх потребує. Тобто частину часу, енергії, знань, досвіду волонтер витрачає на виконання діяльності, яка приносить користь іншим людям чи суспільству загалом. Оскільки соціальна сфера є одним із сегментів державної служби, а працевлаштування здійснюється на конкурсній основі, то, починаючи з першого курсу студенти мають волонтерські книжки, куди робляться записи про участь у волонтерських заходах. Це дає підстави при участі у конкурсі на посади у державні та недержавні структури соціального захисту населення говорити про певний досвід роботи. Однак, термін «волонтерство» означає передусім діяльність на основі доброї волі [1, с.160].

Волонтерська діяльність студентів відбувається за такими напрямками [4]:

- надання соціальних послуг громадянам, які перебувають у складних життєвих обставинах (інвалідність, часткова втрата рухової активності у зв'язку зі старістю чи станом здоров'я, відсутність житла або роботи, наслідки стихійного лиха, катастроф тощо);
- надання соціальних послуг дітям та молоді, що перебувають у складній життєвій ситуації у зв'язку з інвалідністю, хворобою, сирітством, безпритульністю, малозабезпеченістю, конфліктами і жорстоким ставленням у сім'ї;
- добровільна безкоштовна робота волонтерів у громадських та некомерційних організаціях – наданням допомоги різним категоріям населення у будь-яких видах діяльностях, навчання, розвитку;
- добровільна систематична або епізодична допомога державним установам реалізувати соціальну політику – допомога освітнім закладам у навчально-виховній роботі, установам соціального забезпечення в роботі з дітьми та молоддю з особливими потребами та людьми похилого віку;
- організація та участь у акціях, покликаних звернути увагу суспільства на соціальні проблеми.

Таким чином як інструмент підвищення конкурентоспроможності майбутніх фахівців соціальної сфери волонтерська діяльність є наслідком творчого саморозвитку, а педагогічно спрямована волонтерська діяльність, по суті, виступає і механізмом розвитку особистості, її соціалізації і духовного становлення.

#### **Список використаних джерел:**

1. Волонтер и общество. Волонтер и власть: [Научно-практический сборник] / Под ред. Л. Никитиной - М, 2000. – 160с.
2. Волонтерское движение: опыт, проблемы, перспективы: [Рабочие материалы семинара]. - Киев, 24-30 сентября 2000 г – с. 200с.
3. Голованова Т.П., Гапон Ю.Л. Волонтерство в соціальній роботі як феномен цивілізованого суспільства. - Запоріжжя: ЗДУ, 1996. – с. 136.
4. Закон України від 19 квітня 2011р. N 3236-VI «Про волонтерську діяльність»
5. Лях Т. Л. Сучасні тенденції розвитку волонтерських організацій в Україні / Т. Л. Лях // Молодь, освіта, наука, культура і національна самосвідомість : зб. матеріалів Всеукр. наук.-практ. конф., (Київ, 22–23 квіт. 2002 р.) : [у 2 т.] / [за ред. М. І. Шкіля та ін.]. – К. : Вид-во Європ. ун-ту, 2002. – Т. 1. – С. 122–124.
6. Майбутнє у твоїх руках, Розвиток волонтерства [Електронний ресурс] / / <http://youth.crno.ru/pro/volunteer/>
7. Маккарлі С, Лінч Р. Управління діяльністю волонтерів. - Ресурсний центр розвитку громадських організацій «Гурт», 1998. – 153с.
8. Пінкус А., Манахан А. Практика социальной работы. - М.:Союз, 1993. – 500 с.

*Шеремет Ю.Л.*

### **СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ БІЗНЕСОМ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ**

Розглянуто соціально-економічні аспекти розвитку бізнесу в умовах глобалізації економіки. Запропоновано схему системи управління бізнесом. Визначено умови формування ефективної системи управління розвитком бізнесу в умовах глобалізації.



Edited with Infix PDF Editor  
- free for non-commercial use.

To remove this notice, visit:  
[www.iceni.com/unlock.htm](http://www.iceni.com/unlock.htm)

Глобалізація світової економіки призводить до структурних та організаційних змін в усіх сферах бізнесу. Ускладнення ринкового середовища, скорочення життєвого циклу суб'єктів господарювання, виникнення нових видів економічної діяльності, постійні зміни умов ведення бізнесу і виникнення кризових явищ потребують створення механізмів, які б підвищили ефективність бізнесу, зробили його більш зрозумілим та сприяли демократизації суспільства. Тому досягнення цих важливих науково-практичних завдань викликає необхідність проведення комплексного дослідження щодо управління розвитком бізнесу, що є проблемою актуальною та своєчасною для сьогодення.

На науковому рівні опубліковано чимало праць, які досліджують питання управління, розвитку бізнесу в умовах глобалізації широким колом молодих та вже відомих вітчизняних і зарубіжних науковців, таких як: О. Біломістний, Ю. Богатін, Р. Булига, В. Василенко, Е. Драчева, В. Зянько, В. Колот, П. Кохно, П. Круш, О. Кузьмін, А. Лібман, О. Мельник, К. Нордстрем, С. Поліщук, І. Радіонова, Й. Рідерстрале, В. Родченко, М. Савельєва, О. Ухліна, А. Чухно, Н. Шандова, В. Швандар, О. Щербина та ін. Але й досі відсутній чіткий механізм системи управління розвитком бізнесу, який би комплексно враховував питання вибору нового бізнесу, його організації, ведення та завершення в сучасних умовах глобалізації світової економіки. На практиці ця ситуація призводить до таких явищ:

- обмеження кола осіб, що можуть ефективно займатися бізнесом, підприємництвом і менеджментом;
- недобросовісної конкуренції;
- гальмування економічного зростання національної економіки; непродуктивної зайнятості трудових ресурсів.

Дослідження особливостей ведення бізнесу в умовах глобалізації економіки та розробка системи управління його розвитком – мета статті. У роботі використано загальнонаукові та спеціальні методи дослідження: системний аналіз, синтез, метод порівняльних характеристик, групування, абстрагування та моделювання.

Під терміном «бізнес» у науковій економічній літературі розуміється «підприємницька, комерційна чи будь-яка інша діяльність, що не суперечить закону і спрямована на отримання прибутку». Бізнес охоплює всі сфери господарювання у суспільстві і є основою ринкових відносин. Розвиток бізнесу означає зміну його якості, перехід від одного якісного стану до



**Рис. 1. Схема розвитку бізнесу**

іншого з моменту створення до моменту ліквідації. І якщо процес розвитку бізнесу в традиційній економіці (при мінімальному рівні глобалізації, що було характерно до середини ХХ ст.) передбачав послідовне здійснення таких процесів, як: вибір нового бізнесу, організація, ведення та завершення бізнесу, а потім їх повторення у новій сфері, то в умовах глобалізації світової економіки власники бізнесу для забезпечення сталого економічного розвитку вимушені вже на етапі ведення поточного бізнесу шукати нові сфери відтворення капіталу (рис. 1).

Практика бізнесу показує, що розвиток ринку з плином часу приводить до концентрації бізнесу у декількох великих гравців. Це відбувається тому, що олігополія є більш ефективною структурою ринку, ніж вільна конкуренція і монополія. Кількість олігополістів на ринку обмежується об'єктивними економічними законами, коли подальша перемога в ефективності від ефекту масштабу урівнюється втратами в ефективності від росту трансакційних витрат.

В будь-якому випадку ринок потребує реалізації найбільш ефективних управлінських технологій – формування і розвитку оптимальних портфелів продуктів, клієнтів і брендів,

оптимізації внутрішніх бізнес-процесів і максимальній інтеграції внутрішніх бізнес-процесів з бізнес-процесами корпоративних клієнтів на основі більш сучасних і ефективних технологій ведення бізнесу (рис. 2).



**Рис. 2. Ефективна система управління бізнесом**

XXI ст. потребує організаційних структур, які могли б підтримувати гнучке «виробництво продукції» і встигати за їх короткими життєвими циклами. Тому до структури компанії висуваються принципово нові вимоги: в ній повинні сполучатися складні завдання і прості системи координації і контролю. Процесна структура компанії означає наявність ієрархії міжфункціональних бізнес-процесів, які очолюють керівники чи координатори процесів і виконуючими процес ними командами. Вона найточніше відповідає вимогам економіки XXI ст. з наступних причин:

- значно підвищується результативність компанії, оскільки наявність керівника кожного бізнес-процесу, його відповідальність за кінцеве виконання бізнес-процесу дозволяють зробити прозорими управлінські рішення;
- оскільки процеси обмінюються кінцевими продуктами, з'являється можливість ввести систему «внутрішнього госпрозрахунку» і «внутрішнього підприємництва», що важко зробити в традиційній структурі;
- з'являється можливість управління за цілями і розробки на цій основі ефективної системи компенсації для співробітників. В сполученні з вартісним підходом до управління це дозволяє підвищити продуктивність праці співробітників;
- при переході до процесної структури компанії як вертикальні, так і горизонтальні взаємовідносини підрозділів будуються по системі «замовник-підрядчик», що дозволяє згладити бар'єри між підрозділами.

Таким чином, в процесно-орієнтованій системі управління компанією співробітникам ставляться цілі і завдання, а також формуються:

- система матеріальної компенсації, яка робить економічно вигідним для співробітників досягнення поставлених цілей і задач;
- система обмежень, за які співробітник не має права виступати в процесі досягнення цілей;
- система контролю, яка дозволяє менеджменту оперативно втрутитися і попередити, чи швидко усунути відхилення з мінімальними фінансовими втратами для компанії.

Адміністративне керівництво бізнес-процесами зберігається по лінії «керівництво компанії-власник просу-виконавець процесу» і використовується для налаштування основних бізнес-процесів з метою уникнення збоїв і відхилень фактичних результатів від очікуваних.

Другий рівень бізнес-процесів відноситься до управління міжфірмовими взаємодіями – однією з найбільш характерних особливостей сучасного економічного розвитку.

Одним з визначальних чинників прискорення процесів реструктуризації є фірмові процеси

зв'язків стала глобалізація бізнесу, яка визвала нові комбінації технологічних, виробничих, збутових та інших факторів. Глобалізація світової економіки означає не тільки розширення великими транснаціональними компаніями своєї діяльності за межі національних кордонів, але і розробку глобальних стратегій свого розвитку. Частиною таких стратегій стали міжнародні мережі зв'язків між фірмами на основі укладення різних договорів, створення стратегічних альянсів та ін. В результаті більша частина товару втратила національне походження, але зберегла «національність», важливу для покупця.

Глобалізація економіки призводить до розмивання кордонів між галузями і менш чіткими стають обриси компаній і промислових груп, все частіше набувають складної конфігурації пов'язаних між собою, але певним чином незалежних фірм різних за розмірами і галузями. Головною рушійною силою міжфірмових об'єднань виступає контроль ланцюга створення цінності, оскільки основа бізнесу – процес створення продукту, який задовольняє потреби.

Важливою складовою цього процесу виступають міжфірмова координація і регулювання діяльності учасників, які представляють собою складну і кропітку роботу по стимулюванню ефективних міжфірмових зв'язків. Різні форми координації між фірмового співробітництва дають змогу об'єднати взаємопов'язані, але географічно розкидані активи.

Сучасні тенденції у процесах управління бізнесом відображають підвищення значення зовнішнього середовища, яке є визначальним порівняно з внутрішнім середовищем бізнесу. Тому для формування ефективної системи управління розвитком бізнесу в умовах глобалізації необхідно виконувати такі умови. По-перше, це забезпечення адекватності й пропорційності формування та розвитку ресурсів суб'єкта господарювання. По-друге, це обов'язковість здійснення науково-технічних, інноваційних, інвестиційних, маркетингових процесів. По-третє, це орієнтація бізнесу на міжнародне співробітництво у вигляді застосування сучасних форм міжнародного бізнесу: імпорт, експорт, проекти «під ключ», ліцензування, франчайзинг, контракти на управління та іноземні інвестиції (прямі іноземні інвестиції, портфельні іноземні інвестиції, створення транснаціональних корпорацій, спільне підприємництво у вигляді спільних підприємств, багатонаціональних або мультинаціональних компаній).

Отже, дослідження питання основних аспектів управління розвитком бізнесу в умовах глобалізації економіки є дуже важливим унаслідок зміни факторів макро- оточення бізнесу і формування нових умов господарювання.

Результати, отримані у процесі проведеного дослідження, надають можливість подальшого вдосконалення загальних науково-методичних основ управління розвитком бізнесу та розробки прикладних аспектів управління бізнесом.

#### **Список використаних джерел:**

1. Богатин Ю.В. Экономическое управление бизнесом : учеб. пособ. для вузов / Ю.В. Богатин, В.А. Швандар. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2001. - 391 с.
2. Василенко В.А. Выбор типа модели управления устойчивым развитием организации / В.А. Василенко // Актуальні проблеми економіки. - 2005. - № 1. - С. 137-147.
3. Економічна енциклопедія: у 3-х томах. Т. 1 / редкол.: С.В. Мочерний (відп. ред.) та ін. - К.: Видавничий центр «Академія», 2001. - 864 с.
4. Зянько В. Глобілізація та інноваційний процес: їхній взаємовплив /
5. Зянько // Економіка України. - 2006. - № 2. - С. 84-89.
6. Колот В.М. Підприємництво: навч.-метод. посіб. для самост. вивч. дисц. / В.М. Колот, О.В. Щербина. - К.: КНЕУ, 2004. - 160 с.
7. Радіонова І. Економічне зростання з участю людського капіталу / І. Радіонова // Економіка України. - 2009. - № 1. - С. 19-30.
8. Чухно А. Господарський механізм та шляхи його вдосконалення на сучасному етапі / А. Чухно // Економіка України. - 2007. - № 3. – С. 60-67.

**Безух О.С.**

#### **ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ СЕГМЕНТАЦІЯ РИНКУ**

Одним з основних напрямків маркетингової діяльності є сегментація ринку, дозволяє акумулювати кошти підприємства на певному напрямку свого бізнесу. До

економічній літературі досить чітко визначено поняття цільового ринку і цільового сегменту, виділення яких і є основною метою сегментації ринку.

Сегментування ринку - розбиття ринку на чіткі групи покупців, для кожної з яких можуть знадобитися окремі товари і/або комплекси маркетингу. Сегментація будь-якого ринку може бути здійснено різними способами, з багатьох ознак, які обирають для кожного товару або підприємства окремо з урахуванням різних факторів та умов його діяльності. Об'єктами сегментації є споживачі, продукти (вироби та послуги), самі підприємства (фірми) [1, с. 58].

Сегментація за споживачам - розподіл всіх потенційних споживачів продовольчих товарів за групами, що характеризується загальними стійкими ознаками та показниками, які можуть конкретизувати значення кожного ознаки.

Основними ознаками сегментації за споживачам є [2, с. 95]:

1. Географічна сегментація — дозволяє визначати групи споживачів за природно-кліматичними умовами:

- регіональна демографія — передбачає розподіл ринку з урахуванням географічних відмінностей (Крим, Закарпаття, Середня Азія).
- адміністративний розподіл — республіка, місто, область.
- чисельність та платність населення показує чи достатньо в регіоні людей, щоб забезпечити збут та полегшити проведення маркетингової кампанії.

2. Демографічна сегментація — полягає в поділі ринку на споживчі групи на основі таких демографічних змінних, як вік, стать, розмір сім'ї, етапи життєвого циклу сім'ї, рівень доходів, рід занять, освіта, віросповідання. Демографічний принцип найчастіше застосовується для сегментації споживчих груп. В даний час за демографічним принципом виділяють такі групи споживачів, як діти, молодь, особи середнього віку, літні, пенсіонери, багатодітні сім'ї.

3. Психографічна сегментація — розподіляють покупців на групи:

- перша група за належністю до соціального класу — незаможні, середнього достатку, достатку більшого за середній рівень, високого достатку.
- друга група за стилем життя — богемний, елітарний, молодіжний, спортивний.

4. Поведінкова сегментація — покупці діляться на групи в залежності від того, наскільки вони знають товар, як до нього ставляться, як використовують або як реагують на нього. Багато фахівців вважають поведінкові змінні найбільш відповідною основою для формування сегментів ринку.

Принципи сегментації [3, с. 37-38]:

1. Принцип відмінності між сегментами означає, що в результаті проведення сегментації мають бути отримані розрізняються один від одного групи споживачів. В іншому випадку, сегментація неявно буде підмінена масовим маркетингом.

2. Принцип подібності споживачів у сегменті передбачає однорідність потенційних покупців з точки зору купівельного ставлення до конкретного товару. Подібність споживачів необхідно для того, щоб можна було розробити відповідний маркетинговий план для всього цільового сегмента.

3. Вимога великий величини сегмента означає, що цільові сегменти повинні бути достатньо великими для забезпечення продажу та покриття витрат підприємства.

4. Вимірність характеристик споживачів необхідна для цілеспрямованих польових маркетингових досліджень, в результаті яких можна виявляти потреби потенційних покупців, а також вивчати реакцію цільового ринку на маркетингові дії підприємства.

5. Принцип досяжності споживачів означає вимогу наявності каналів комунікації фірми-продавця з потенційними споживачами. Такими каналами комунікації можуть бути газети, журнали, радіо, телебачення, засоби зовнішньої реклами і т.п.

Отже, теорія ринкової сегментації ґрунтується на припущенні, що одна фірма за умов конкуренції не в змозі задовольнити всі потреби ринку на конкретні товари і тому вона повинна сконцентруватися на реалізації цього товару на тих частинах (сегментах) ринку, які найпривабливіші з точки зору виробничих, фінансових та маркетингових можливостей.

**Список використаних джерел:**

1. Павлов В.І. Основи підприємництва: бізнес-планування /Навчальний посібник. Т.1. – Луцьк: Надстир'я – 1998. – 528 с.

2. Підприємництво: стратегія, організація, ефективність // Під ред. С.Ф. Покропивного, К:КНЕУ, 1998. – 212 с.

3. Зозульов О.В. Сегментація ринку як основа маркетингової стратегії підприємства. // Маркетинг в Україні. - 2000. - № 4 (6) (спецвипуск), - С. 37- 38.

*Вороневська А. А*

## **СТРАТЕГІЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ УКРАЇНИ**

У сучасних умовах інвестиції виступають найважливішим засобом забезпечення умов виходу, що склався з економічної кризи, структурних зрушень у народному господарстві, забезпечення технічного прогресу, підвищення якісних показників господарської діяльності на мікро - та макрорівні. Активізація інвестиційного процесу є одним з найбільш дієвих механізмів соціально-економічних перетворень.

Інвестиційна діяльність не зводиться тільки до фінансування поточних інвестиційних потреб держави. У сучасних умовах все більше керівників пріоритетного значення надає формуванню перспективних напрямів інвестиційної діяльності, ефективним інструментом чого є стратегічне планування.

Сьогодні від ефективності інвестиційної діяльності залежать стан виробництва, положення і рівень технічної оснащеності основних фондів підприємств народного господарства, можливості структурної перебудови економіки, вирішення соціальних та екологічних проблем. Інвестиції є основою для розвитку підприємств, окремих галузей і економіки в цілому приріст прямих іноземних інвестицій за в Україну в 2011 році становив 4,56 млрд доларів, що на 2,3% менше, ніж у 2010 році. Як повідомила Державна служба статистики, торік іноземні інвестори вклали в українську економіку 6,47 млрд доларів, тоді як роком раніше - 5,68 млрд доларів. Згідно з даними статистичного відомства, обсяг внесених в Україну прямих іноземних інвестицій на початок цього року сягнув 49,36 млрд дол, або 1084,3 дол на душу населення. Найбільшим інвестором в Україну є Кіпр, частка якого в загальному обсязі інвестицій за підсумками минулого року зросла з 22,4% до 25,6%. Крім того, збільшилася частка інвестицій з Австрії - з 6,1% до 6,9%. Водночас частка інвесторів із Німеччини скоротилася за минулий рік з 15,8% до 15%, Нідерландів - з 10,5% до 9,8%, РФ - з 7,6% до 7,3%, Франції - з 5,3% до 4,5%, а Великої Британії - збереглася на рівні 5,1%. Держстат також повідомляє, що обсяг заборгованості за борговими інструментами перед прямими інвесторами минулого року збільшився на 0,99 млрд дол - до 7,96 млрд дол. Як повідомлялося, чистий приріст прямих іноземних інвестицій (ПІІ) до України в першому півріччі 2011 року становив 2,452 млрд дол. що в 4,9 раза перевищує цей показник за перше півріччя 2010 року. За даними Держстату, за січень-червень цього року іноземні інвестори вклали в економіку України 2,788 млрд дол прямих інвестицій, що на 56,4% вище за показник за аналогічний період минулого року. Одночасно капітал інвесторів зменшився на 0,447 млрд дол, що на 16,3% нижче за показник першого півріччя 2010 року [ 1].

Інвестиції є як би воротами науково-технічного прогресу. Науковий потенціал країни, який раніше відрізнявся світовим рівнем досягнень у різних областях фундаментальної науки і техніки, з відновленням інвестиційної активності отримує нове дихання. Ефективно вирішити проблему зниження ресурсної енергоємності можна тільки шляхом широкого впровадження нових технологій сучасної техніки, зв'язали воедино інтереси наукових досліджень і практики через потреби ринку.

Таким чином стратегічні орієнтири інвестиційної діяльності України можна представити так [ 2 ]:

1) покращання інвестиційного клімату; створення умов для переходу до інвестиційно-інноваційної моделі розвитку економіки через удосконалення законодавства, спрямованого на активізацію інвестиційної діяльності; зняття перешкод і стимулювання залучення інвестицій;

2) удосконалення методології розробки та оцінювання інвестиційних проектів, розбудова системи державного інвестування за такими напрямками:

- державна підтримка реалізації інвестиційних програм і проектів в інфраструктурних та базових секторах економіки;
- державна підтримка інвестиційних програм і проектів, направлених на розвиток



експортоорієнтованих та імпортозамінних виробництв;

- державна підтримка реалізації середньо- та довгострокових інвестиційних проектів, спрямованих на створення високотехнологічної конкурентоспроможної продукції;
- державна підтримка інвестиційних програм і проектів, направлених на розвиток об'єктів електроенергетики, які виробляють електричну енергію з використанням альтернативних джерел енергії;

3) забезпечення ефективності та прозорості функціонування механізмів державно-приватного партнерства (концесії, спільна діяльність, угоди про розподіл продукції тощо).

Відповідно викладеного, Україна повинна успішно реалізувала низку кроків, які будуть сприяти активній інтеграції до світового економічного простору та зростанню інвестиційної привабливості.

#### **Список використаних джерел:**

1. Державний комітет статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : URL : [www.ukrstat.gov.ua/](http://www.ukrstat.gov.ua/) .
2. Програма розвитку інвестиційної діяльності України на 2011-2015 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : URL : <http://in.ukrproject.gov.ua>.

*Дробязго О.*

### **ПРОБЛЕМА ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ**

Протягом останніх років іноземні інвестиції в Україну зростають вражаючими темпами. У 2009р. в економіку України іноземними інвесторами вкладено 5634,6 млн.дол. США прямих інвестицій, що становить 51,6% від надходжень 2008р. Так, зросли обсяги капіталу з Кіпру - на 947,0 млн.дол., Російської Федерації - на 827,4 млн.дол., Нідерландів - на 804,6 млн.дол., Франції – на 408,9 млн.дол. та Аруби – на 273,6 млн.дол. Зазначені країни забезпечили майже 74% приросту іноземного капіталу в Україні .

Загальний обсяг прямих іноземних інвестицій, унесених в Україну, на 1 січня 2010р. склав 40026,8 млн.дол., що на 12,4% більше обсягів інвестицій на початок 2009р., та в розрахунку на одну особу становив 872,6 дол. Інвестиції надійшли зі 125 країн світу, серед яких основними країнами-інвесторами є Кіпр - 8593,2 млн.дол., Німеччина - 6613,0 млн.дол., Нідерланди - 4002,0 млн.дол., Російська Федерація - 2674,6 млн.дол., Австрія - 2604,1 млн.дол., Сполучене Королівство - 2375,9 млн.дол., Франція - 1640,1 млн.дол., Сполучені Штати Америки - 1387,1 млн.дол., Віргінські Острови, Британські - 1371,0 млн.дол. та Швеція - 1272,3 млн.дол. .

Проте всупереч згаданих позитивній динаміці, зберігаються диспропорції в географічному розподілі іноземного капіталу. Так, у столицю України вкладений кожний четвертий долар інвестицій (\$4,2 млрд.). Лише 12 українських міст залучили понад 100 млн. іноземних інвестицій. Разом з тим, взагалі не знайомі з іноземними інвестиціями 22 з 176 міст обласного значення.

Іноземний капітал здебільшого направляється в міста-мільйонери, великі промислові центри на сході України, а також портові міста. Єдиним представником Західної України в переліку реципієнтів-стомільйонників є Львів (\$204 млн.), а з рекреаційних територій – Ялта (\$176 млн.).

Лідерами за питомими обсягами залучених прямих іноземних інвестицій є Армянськ (\$2881 на 1 жителя), Теплодар (\$2204), Комсомольськ (\$1582), Іллічівськ (\$1577), Краснопекопськ (\$1288), Кривий Ріг (\$1212), Ялта (\$1231) і Северодонецьк (\$1060). Такий розподіл інвестицій показує, що інвестиційний клімат українських регіонів, а особливо міст, істотно відрізняється .

Завдяки проведеному «Інститутом Реформ» дослідженню щодо Інвестиційного рейтингу регіонів і міст України, іноземний інвестор одержує незамінний інструмент при виборі місця локалізації бізнесу в Україні, а також і важливий інструмент для кожного керівника для ухвалення рішення про розширення філіальної мережі.

За підсумками 2009 року лідером Інвестиційного рейтингу став Київ. Втім, слід зазначити, що перевага столиці над іншими регіонами з року в рік скорочується. У групу «лідерів» потрапили Харківська, Дніпропетровська, Одеська й Донецька області, які демонструють ріст конкуренції між собою. Нижче в рейтинговій таблиці розмістились Полтавщина, Київщина й АР Крим. Уточнює картину регіонального розвитку рейтинг 176 міст, що був розрахований із двох позицій:

- 1) привабливість міста як ринку збуту;
- 2) привабливість міста для локалізації виробництва.



При цьому з аналізу свідомо були виключені міста з населенням понад 88 тис. чоловік (Київ, Харків, Дніпропетровськ, Донецьк, Одеса, Запоріжжя, Львів) і Севастополь – через їхню істотну відмінність від інших міст України.

Результати рейтингової оцінки міст показують, що з перевагами обласних центрів з порівняно розвинутою інфраструктурою й активним підприємництвом не можуть конкурувати інші міста України. Обласні центри були оцінені однаково високо, і як з погляду на «сприятливість» для інвестування у виробництво, так і з погляду ринку збуту.

П'ять міст (Кривий Ріг, Маріуполь, Сімферополь, Полтава, Миколаїв) одночасно входять у десятку лідерів як найбільш «купівельно-спроможні» і сприятливі ринки збуту.

Також важливим плюсом є розташування міст поблизу Києва, масштаби населення й ринку (стимулятор для їхнього розвитку), а також наближеність міст Західної України (особливо Закарпатської області) до державного кордону й розташування по території області міжнародних транспортних коридорів. Абсолютними лідерами практично у всіх компонентах (крім транспортно-географічного розташування) виявилися Маріуполь і Кривий Ріг, що можливо викличе підвищений інтерес із боку інвесторів до цих міст уже найближчим часом.

З огляду на вищевказане, можна зробити висновок, що для інвестора сьогодні найбільш привабливими виглядають великі міста, переважно обласні центри, добре забезпечені робочою силою, з розвинутою інфраструктурою, диверсифікованою економікою й об'ємним споживчим ринком. Такі міста можуть бути як місцем розташування виробництва, так і привабливим ринком збуту для інвестора.

*Дмитренко О.*

### **РІВЕНЬ ЖИТТЯ НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ**

Справедливо стверджувати, що стан і розвиток суспільства визначається значною кількістю та складом його населення, його трудовими можливостями, рівнем та якістю життя. Показники кількості, складу, динаміки населення, рівня його життя дають змогу судити про можливості соціально-економічного розвитку країни, його тенденціях, вказують державі заходи, які необхідно вжити для розвитку народонаселення. Саме населення країни є джерелом ресурсів для праці, носієм конкретних економічних відносин.

Кінець минулого сторіччя супроводжувався глобальними трансформаціями в політичній, економічній, науково-технічній сферах. Глобалізація і породжувані нею процеси піддають випробуванню на міцність і адаптивність, традиційні моделі поведінки, спосіб життя і способи бачення світу, а також цінності, орієнтації, забобони всіх верств населення [2].

Очевидний той факт, що глобалізація зачіпає всі аспекти соціально-економічного життя практично всіх країн світу і що цей процес об'єктивний і незворотний. Глобалізація спричинює серйозні негативні наслідки — вона загрожує майбутньому людської цивілізації, шкідливо впливає на клімат, погіршує якість та рівень життя. Виникає пригнічення розвитку окремих галузей (секторів) національної економіки, які виявляються не готовими до повноцінної міжнародної конкуренції, заміщення їх імпортом.

В умовах глобалізації спостерігається зниження ролі національної держави, втрата нею державної ідентичності, цілісності. Причому сили, які завуальовано руйнують державу, мають транснаціональну природу.

Все це характерно саме для України, ці процеси може побачити і відчутти як пересічний громадянин, так певне об'єднання громадян.

Рівень життя характеризує народний добробут поряд із доходами і витратами. Він відображає також умови праці й побуту, обсяг і структуру робочого і вільного часу, показники культурного та освітнього рівня населення, а також здоров'я, демографічної та екологічної ситуації. Рівень життя показує ступінь розвитку і задоволення потреб людини [4].

За рекомендаціями ООН рівень життя — це сукупність таких показників, як: здоров'я, зокрема демографічні умови, їжа, одяг, фонди споживання і нагромадження, умови праці, зайнятість, організація праці, освіта, зокрема письменність, житло та його благоустрій, соціальне забезпечення.

Україна переживає складний період розвитку державності, що відбивається на її населенні. Починаючи з 1993 року чисельність постійного населення країни зменшується.

приблизно на 300-400 тис. осіб щорічно. За даними Держкомстату за 15 останніх років чисельність населення України зменшилась на 5 млн. осіб і складала станом на 1 липня 2006 року 31,79 млн. осіб в містах та 14,96 млн. осіб в сільській місцевості. За прогнозом Інституту демографії і соціальних досліджень НАН до 2050 року чисельність населення України може скоротитися до 35 млн. осіб. Це скорочення зумовлене великою кількістю факторів, серед яких економічна криза, зміна типу і режиму відтворення (переважання смертності над народжуваністю людей), негативні тенденції у міграційних процесах, екологія та ін. [3, с. 93].

За даними 2011 року, Україна займає 76 місце серед всіх країн світу за індексом розвитку людського потенціалу. Очікувана тривалість життя при народженні — 68,5 років, індекс освіти (очікується і середньої тривалості навчання) — 0,858, ВНД на душу населення по Паритету купівельної спроможності (в постійних міжнародних доларах 2005) — 6175, індекс багатомірної бідності — 0,008, індекс гендерної нерівності — 0,335, загальна чисельність населення 45, 190 тис. осіб [1].

Очевидно, що попередні показники характеризують Україну як дуже відсталу країну стосовно рівня розвитку власного населення і це зумовлено багатьма факторами, зокрема глобалізацій ними та інтеграційними процесами, які відбуваються безперервно в існуючому світі.

Характер, тенденції та перспективи формування майбутніх реформ щодо соціального розвитку та модернізації соціальної політики можна побачити у щорічному посланні Президента України до Верховної Ради України за 2012 р. «Про внутрішнє та зовнішнє становище України в 2012 році». Зокрема у графі орієнтирів соціально розвитку Президента зазначає, що Підвищення стандартів і рівня життя громадян, сприяння повній зайнятості та продуктивності праці, розвиток людського капіталу, радикальне поліпшення якості соціального захисту і збільшення ефективності надання послуг соціальної сфери - обов'язкові передумови здатності держави адекватно відповідати на виклики сучасної високотехнологічної економіки. Зважаючи на це, будь-які реформи можна вважати результативними лише тоді, коли досягнуто баланс між економічним зростанням держави й добробутом конкретної особи. Саме висока якість життя конкретної особи та сім'ї є головною метою та основним показником економічних успіхів держави. Це є тим головним викликом, на який має бути знайдено відповідь у контексті модернізаційного спрямування Української держави та її європейського вибору.

Лише в разі вжиття дієвих заходів щодо підвищення рівня добробуту людей стає можливим органічне поєднання завдань стимулювання економічного зростання та посилення його соціального складника.

Досягнення зазначеної мети вимагає модернізації соціальної політики держави, спрямованої на забезпечення її спроможності до реалізації визначених орієнтирів соціального розвитку в умовах післякризової моделі української економіки [5].

Така модернізація має відбуватися за такими напрямками:

- 1) Реформування системи соціального захисту населення.
- 2) Трансформація державної політики стосовно доходів населення, поєднання соціальних програм із політикою зайнятості.
- 3) Реформування пенсійного забезпечення.
- 4) Реформування системи охорони здоров'я.
- 5) Реформування житлової політики держави.
- 6) Удосконалення політики щодо трудової міграції.

Отже, можна зробити висновок, ситуація, яка склалася зараз в країні стосовно рівня життя народу і його захисту державою є не найкраща. Вплив світового ринку та капіталу має певні свої як переваги, так і недоліки. Із одночасним проведенням реформ в країні та достатньо сильними глобалізаційними змінами ми не можемо точно спрогнозувати подальший розвиток процесів, які відповідають за рівень життя українців. Невизначеність і недосконалість кожної з моделей становлять для країни величезну небезпеку, за часи своєї незалежності народ України втратив дуже багато, а отримав поки що недостатньо благ. Проте, можна стверджувати, що підтримавши діючий курс розвитку соціальних реформ в Україні та скоригувавши і стабілізувавши глобалізаційні процеси в країні, можна якнайкраще сприяти процесу підвищення рівня життя населення нашої країни.

**Список використаних джерел:**

- 1) International human development indicators of Ukraine // [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://hdrstats.undp.org/en/countries/profiles/UKR.html>
- 2) Бхагваті Дж. Глобалізація — процес положительний, но не на 100 % / Дж. Бхагваті // Експерт. — 2009. — № 24. — С. 43.
- 3) Горбатов В. М. Оцінка якості життя населення України та країн ЄС / В. М. Горбатов // Держава та регіони. — Київ: 2011. — № 4, С.93-95.
- 4) Костюк С. О. Вплив глобалізаційних та інтеграційних на рівень економічного розвитку України / С. О. Костюк // [Електронний ресурс] Режим доступу: [http://www.nbu.gov.ua/e-journals/PSPE/2008-3/Dunska\\_308.htm](http://www.nbu.gov.ua/e-journals/PSPE/2008-3/Dunska_308.htm)
- 5) Послання Президента України до Верховної Ради України «Про внутрішнє та зовнішнє становище України в 2012 році» від 03.07.2012.

**Кіріченко Л. І.**

**ПРОБЛЕМИ ВАРТІСНОЇ ОЦІНКИ СПОЖИВАННЯ ДОМОГОСПОДАРСТВ УКРАЇНИ**

В сучасних умовах головним стимулом роботи окремої людини, розвитку виробництва й економіки в цілому виступає споживання та заходи щодо його розширення. Такі твердження привели до визначення сьогодення як епохи споживання.

На практиці дуже важко виміряти споживання, бо не існує двох індивідів, які б витрачали однаково свої доходи, з'являються проблеми створення статистики споживання, споживчих витрат, та вираховування часток певних продуктів (товарів і послуг) у загальному обсязі споживання.

У СНР (системі національних розрахунків) на макрорівні узагальнюючим вартісним показником споживання є *витрати домашніх господарств на кінцеве споживання*, що включають: кінцеве споживання домашніх господарств (резидентів і нерезидентів) на економічній території країни; покупку споживчих товарів і послуг домашніми господарствами-резидентами за кордоном; покупку споживчих товарів і послуг домашніми господарствами-нерезидентами на економічній території країни [3, с. 75].

Однак цей узагальнюючий показник не враховує вартості спожитих населенням безкоштовних послуг.

Іншим узагальнюючим вартісним показником споживання виступає *фактичне кінцеве споживання домашніх господарств*, що відображає реальну величину, яка забезпечується як за рахунок доходу у розпорядженні, так і за рахунок соціальних трансфертів у натуральній формі, наданих населенню органами державного управління й некомерційними організаціями, що обслуговують домашні господарства.

На рівні домашніх господарств споживання вивчається на основі *вибіркового обстеження їхніх бюджетів*. Програмою обстеження передбачений збір інформації, що характеризує не тільки доходи, але й витрати населення. Витрати домогосподарств включають витрати на споживання й витрати, не пов'язані зі споживанням (податки, відрахування на пенсії й соціальне страхування й інші страхові внески, грошові перекази, подарунки).

Споживчі витрати охоплюють всі поточні витрати на товари й послуги незалежно від того, повністю або частково вони були оплачені протягом обстежуваного періоду й/чи призначалися вони для споживання усередині домашнього господарства. Споживчі витрати складаються з витрат на покупку продуктів харчування (у тому числі витрати на харчування поза домом), алкогольних напоїв, непродовольчих товарів і витрат на оплату послуг. Безкоштовні послуги з освіти, медичні й інші послуги в споживчі витрати не включаються [1, с. 7].

Зростаючу роль у споживанні населення відіграють різноманітні послуги. Оцінка їх має свою специфіку. Послуги – особливий вид споживчої вартості, що існує у формі корисної діяльності для людини й суспільства [2, с. 467].

У статистиці споживання об'єктом дослідження виступають лише послуги, що надаються населенню і задовольняють потреби людини. Послуги ж колективного характеру, що задовольняють суспільні потреби (у сфері керування, оборони, правопорядку, науки й т.п.), до цієї групи не зараховуються, хоча відповідно до міжнародних статистичних стандартів вони

включаються в обсяг валового випуску (виробництва) і споживання (проміжних і кінцевого) послуг і відображаються в рахунках виробництва й використання доходів СНР, у тому числі й сектора домашніх господарств.

Істотне місце в споживанні товарів та послуг більш високої якості належить їх придбанню з-за кордону. Цим джерелом споживання користуються переважно заможні люди, але зі збільшенням доходів до нього вдаються і деякі домогосподарства з середнім рівнем доходу [3, с. 80].

Таким чином, дослідження споживання є досить важливою проблемою. Воно має значну кількість суперечливих моментів з огляду на свій тісний зв'язок з постійно змінними умовами життя і соціально-економічною ситуацією в країні. Зрозуміло, що ці процеси регулюються на макрорівні, тому вся відповідальність лягає на державу. Оскільки обсяги споживання за визначенням, безпосередньо залежать від доходу, а дохід, в свою чергу, показує рівень добробуту суспільства, соціального розшарування та економічного потенціалу. Отже, важливими факторами забезпечення добробуту є стан та прогрес в області удосконалення розподільчих відносин, соціальної політики, регулювання цін та інфляції, структурної та інвестиційної політики, тобто всіх сфер суспільного життя, які призведуть до впорядкування економіки та підвищення її результативності.

#### **Список використаних джерел:**

1. Использование ВВП: потребление и накопление / Б.П.Плышевский// Вопросы статистики: Учр.: Государственный комитет РФ по статистике. – 2006. - №11. – С.3 – 10.
2. Словник сучасної економіки Макміллана /Пер. з англ.. – К.: „АртЕк”, 2000. – 640с.
3. Сукупні витрати приватної економіки та рівень виробництва // Макроекономіка: Підруч. / А.Г. Савченко, Г.О. Пухтаєвич, О.М. Тітьонько та ін. - К., 1995. - С.73-92.

**Круцьких Г. Ю.**

### **АДАПТАЦІЙНІ УМОВИ ЗАРУБІЖНИХ МОДЕЛЕЙ МЕНЕДЖМЕНТУ В УКРАЇНІ**

За всю історію існування менеджменту багато зарубіжних країн нагромадили значні відомості в області теорії і практики управління в промисловості, сільському господарстві, торгівлі та інші з урахуванням своїх специфічних особливостей. На жаль, наша вітчизняна наука управління розвивалася самостійно і відособлено, часто ігноруючи зарубіжний досвід мистецтва управління. Протягом багатьох десятиліть у нашій країні панувала адміністративно-командна система управління, спрямовують в основному свої зусилля на критику зарубіжного досвіду управління.

Загальної теорії менеджменту, придатної для всіх часів і народів, не існує, є лише загальні принципи управління, які породжують японську, американську, французьку або німецьку системи менеджменту зі своїми неповторними особливостями, оскільки враховують певні національні цінності, особливості національної психології, менталітету і т. д.

При цьому необхідно розуміти, що не можна просто взяти одну з моделей і застосовувати її в іншій країні. Процес формування певної моделі управління динамічний: структура корпоративного управління завжди відповідає умовам і особливостям конкретної країни.

Аналізуючи моделі управління визначимо, що[1, С. 48]:

- шведська модель управління спрямована на створення системи соціального захисту населення, яка гарантує рівні можливості підвищення добробуту як працездатних, так і непрацездатних.
- а модель управління характеризується: орієнтацією кадрової політики на вузьку спеціалізацію; залежність оплати праці від індивідуальних результатів робітника; індивідуальна відповідальність менеджера; орієнтація на вузьких спеціалістів; самофінансування (Великобританія, США, Австралія, Нова Зеландія, Канада).
- японська модель управління передбачає: пожиттєвий найм на роботу управлінських кадрів; гнучкий неформальний підхід до побудови структури управління; колегіальна відповідальність за ухвалені рішення; залежність оплати праці від віку, стажу, показників діяльності; орієнтація на керівників універсального типу; широке залучення займаних коштів.

- європейська модель управління має наступні основні складові: забезпечення ефективного функціонування ринкових механізмів країни і добробуту її громадян; підтримка виробника і розвитку виробництва здійснюється за рахунок зниження державою податків і зборів; державна економічна стратегія соціально орієнтована і виконує функцію соціального вирівнювання, тому що велика різниця в доходах може викликати в країні ряд соціальних і політичних проблем; розміри соціальних пільг з ростом суспільного добробуту повинні скорочуватися, кожна людина повинна забезпечувати своє майбутнє в ролі активної трудової діяльності, накопичуючи кошти і використовуючи систему пенсійного страхування.

- українська модель управління досліджуючи українську модель управління необхідно виділити наступні характерні особливості[2]:
- орієнтація багатьох досвідчених керівних кадрів на командну систему, яка придушує ініціативу підлеглих;
- недостатнє бажання значної частини керівників делегувати повноваження і відповідальність своїм заступникам, намагання все зробити самому і особисто контролювати;
- слабе залучення співробітників до управління підприємствами та їх підрозділами, що в значній мірі не враховує знання і досвід працюючих;
- повне копіювання західних методів управління підприємством;
- недостатнє знання управлінськими кадрами законодавчих та нормативних актів;
- ігнорування норм ділової етики;
- залежність оплати праці найманих працівників від взаємовідносин з керівниками, а не від кваліфікації та результатів праці;
- неухвага до працюючих та ігнорування етики управління, свавілля, обман і грубість;
- недостатній рівень механізації, автоматизації та комп'ютеризації управлінської діяльності.

Можна зробити загальний висновок, що українська модель управління поки тільки формується. Менеджмент України поки далекий від заданих глобалізацією параметрів (тих які задані світовими лідерами у галузі менеджменту Японія і Америка) на всіх рівнях: від окремої фірми до суспільства в цілому.

Японське управління в першу чергу враховує людський фактор. У той же час в США особи, відповідальні за розподіл капіталу, зосереджені у вищому управлінському апараті, і динамічна і збалансована стратегія проводиться тільки за допомогою службовців, відповідальних за цю стратегію. У Японії предметом особливої уваги є збільшення обсягу продажів. При цьому менеджери піклуються про активізацію людських ресурсів навіть більше, ніж про рух грошових коштів. Американські компанії вкладають більше коштів у дослідження, удосконалювання продукції. Японські компанії звертають особливу увагу на виробничий процес, і стратегіям, спрямованим на вдосконалення виробничих операцій, віддають більшу перевагу. Вище керівництво в США саме проводить аналіз економічної обстановки. У Японії вище керівництво визначає тільки загальний напрямок такого аналізу і надає ці відомості низовому рівню для проведення аналізу. Оскільки японські компанії в першу чергу думають про внутрішні джерела розвитку, вони звертають на процес економічного зростання більше уваги, ніж американські компанії. У порівнянні стратегій американських та японських корпорацій корисно виділити два типи: Ч - заснований на людських відносинах і С – стратегічний[3].

Проте роки ринкових реформ в Україні заклали позитивні передумови формування ринкових принципів управління і нової генерації менеджерів з новими поглядами й установками, які засновані на зарубіжний досвід і не малий внесок у це вносить Японська школа менеджменту. Вони вміють засновувати і організувати бізнес, укладати угоди, раціонально господарювати, знають, як здешевити виробництво та обсяг товарів, знайти постачальника і споживача. Вони дбають про власну репутацію та імідж. Вони благополучні, займаються меценатством. Як правило, це високоосвічений клас, де не рідкість дві вищі освіти, кандидатські і докторські ступені. Багато з них пройшли навчання в престижних зарубіжних університетах і стажування в успішних компаніях. Японські компанії, звичайно ж,

навчання і перейняття досвіду в них значно. Цей клас має свої об'єднання, спілки, асоціації та навіть політичні організації, а через них ініціює вирішення важливих місцевих, регіональних і національних завдань. Держава зобов'язана рахуватися з цим новим класом, а суспільство осмислювати це нове явищеукраїнського життя. Їх ділова філософія, висока професійна освіченість і яскраво виражена інтелектуальна обдарованість, помножена на патріотичні помисли і високу відповідальність за долю батьківщини, - запорука високої конкурентоспроможності українського бізнесу та швидкої адаптації до умов глобалізації.

Звичайно, багато що в нашій роботі, кар'єрі, життя залежить від спільних для всіх громадських та інших умов, від особливостей випав на долю кожного місця роботи, від багатьох інших, можливо, і не дуже-то підвладних кожній окремій людині об'єктивних обставин.

**Список використаних джерел:**

1. Скібіцький, О.М. Організація бізнесу. Менеджмент підприємницької діяльності : навч. посіб. / О.М.Скібіцький, В.В.Матвеев, Л.І.Скібіцька. – К. : Кондор, 2011. – 912 с.
2. Рульєв В.А.//[http://pidruchniki.ws/12461220/menedzhment/suchasni\\_tendentsiyi\\_rozvitku\\_menedzhmentu](http://pidruchniki.ws/12461220/menedzhment/suchasni_tendentsiyi_rozvitku_menedzhmentu)
3. Бахур А.Б. Особливості національного менеджменту // Менеджмент у Росії і за кордоном, № 5, 2005.

**Михайленко О. М.**

**МІЖНАРОДНА ТОРГІВЛЯ УКРАЇНИ ЯК СКЛАДОВА ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ СВІТУ**

Економічний успіх будь-якої країни світу базується на зовнішній торгівлі. Ще жодна країна не спромоглася створити здорову економіку, ізольовавши себе від світової економічної системи. Механізмом реалізації світогосподарських зв'язків є світовий ринок як сфера усталених економічних відносин, що ґрунтуються на міжнародному поділі праці та проявляються через такі форми міжнародних економічних відносин, як міжнародна торгівля, міжнародний рух капіталу, міжнародний рух робочої сили, міжнародні розрахунки та валютно-кредитні операції, міжнародна інтеграція. Однак, основною і центральною ланкою світогосподарських зв'язків завжди була і є міжнародна торгівля [3, с. 7].

У міжнародній торгівлі беруть участь суб'єкти як міжнародного публічного права, так і міжнародного приватного права. До них належать держави, державоподібні утворення, міжурядові організації, нації, що борються за свою незалежність, юридичні особи, фізичні особи – підприємці [1, с. 19].

Для національного господарства участь у міжнародній торгівлі набуває форми зовнішньої торгівлі. Зовнішня торгівля – це складова зовнішньоторговельних зв'язків, що представляє собою торгівлю однієї країни з іншими, яка складається з оплачуваного вивезення (експорту) та ввезення (імпорту) товарів і послуг [3, с. 8].

Важливими ознаками розвитку міжнародної торгівлі є її глобалізація і, що діє всупереч цьому процесу, її регіоналізація, коли торговельні потоки спрямовуються в країни, об'єднанні різного характеру економічними угодами.

Глобалізація економічних процесів спонукає до внесення коректив у зовнішньоекономічну політику України. Йдеться, насамперед, про всебічне зміцнення і диверсифікацію фундаментальної основи зовнішньоекономічних зв'язків - галузей порівняльної і конкурентної переваги.

Також глобалізація обумовлює необхідність більшої системності і впорядкованості щодо присутності України на головних міжнародних ринках сучасних товарів і послуг, інвестиційному, фінансовому, технологічному, робочої сили. Координація та законодавче врегулювання цієї діяльності сприятимуть органічному, еволюційному включенню України у світогосподарські процеси і структури, повнішій реалізації національних економічних інтересів.

Міжнародна торгівля є засобом розвитку міжнародної спеціалізації, підвищення ефективності наявних виробничих ресурсів, збільшення валових обсягів продукції. Основними каналами міжнародної торгівлі України є як традиційні для економіки колишнього Радянського Союзу міжреспубліканські поставки товарів, вузлів і деталей у межах кооперованого

виробництва, десятиліттями напрацьовані експортно-імпортні зв'язки з іншими країнами, так і експортно-імпортне співробітництво з провідними ринковими державами, нові вектори міжнародної торгівлі [1, с. 42].

Структура економіки України характеризується високою часткою видобувних галузей і аграрного комплексу, на розвиток яких витрачаються значні кошти. Це сприяє посиленню паливно-сировинної і матеріально-сировинної орієнтації промислового виробництва, в той час як світовій торгівлі властива тенденція прискореного зростання частки високотехнологічних товарів та послуг при відносному скороченні обсягів товарообміну сировиною та напівфабрикатами.

На думку фахівців, слід вжити таких заходів для поліпшення зовнішньої торгівлі України:

- залучати іноземний капітал для прискорення модернізації;
- створювати нові галузі та виробництва;
- створити маркетингові та сервісні мережі на міжнародних ринках;
- збільшити закупівлі за кордоном новітніх технологій для створення нових конкурентоспроможних національних виробництв;
- активно впроваджувати міжнародні стандарти і процедури сертифікації;
- використовувати політичні та дипломатичні важелі впливу для забезпечення участі України у великих міжнародних коопераційних проєктах;
- належним чином забезпечити інформатизацію зовнішньоекономічної діяльності;
- удосконалити фінансові механізми регулювання експорту.

Здійснення вище перелічених заходів допоможе Україні зайняти краще місце на міжнародному ринку завдяки підвищенню конкурентоспроможності України. Також для поглиблення міжнародних відносин щодо торгівлі країни можуть інтегрувати. Для України інтеграція є досить актуальною темою. Саме інтеграція дозволить позбутися бар'єрів при здійсненні експорту-імпорту товарів і послуг, усунути дискримінацію в цій сфері.

Оскільки міжнародна торгівля для України є невід'ємною складовою на шляху до економічного зростання, Україна повинна сприяти розвитку міжнародних торговельних відносин. Проте сьогодні для України характерні такі чинники, які перешкоджають розвитку міжнародній торгівлі, а саме неефективне управління підприємствами; відсутність за кордоном збутової інфраструктури; нерозвиненість основних засад ринкової економіки; недосконалість методів державного регулювання економіки загалом і зовнішньоекономічної діяльності зокрема; слабка інфраструктура підтримки експорту; загострення міжнародної економічної конкуренції; протекціонізм з боку іноземних держав. Саме з такими чинниками, які негативно впливають на міжнародну торгівлю України варто боротися, адже наша держава має спектр потенційних можливостей для розвитку міжнародної торгівлі [3, с. 238].

Рівень розвитку міжнародної торгівлі певної країни впливає на розвиток її економіки зокрема, тому вкрай важливо розвивати ці зовнішньоторговельні відносини. Для раціональної організації цих відносин, які б приносили вигоду потрібно використовувати концепції міжнародної торгівлі, які дають можливість не лише зрозуміти причини виникнення міжнародної торгівлі, а й доцільний спосіб її організації.

#### **Список використаних джерел:**

1. Дахно І.І Міжнародна торгівля: Навч. посібник. – К.: МАУП, 2003. – 296 с. – Бібліогр.: с.287-289
2. Коломацька С.П. Зовнішньоекономічна діяльність в Україні: правове регулювання та гарантії здійснення. Навчальний посібник. – К.: ВД «Професіонал», 2004 – 288 с.
3. Новицький В.Є. Міжнародна економічна діяльність України.: Підручник. – К.: Центр учбової літератури. 2007. – 296 с

**Ніколаєва Ю.І.**

### **ОСОБЛИВОСТІ АКТИВІЗАЦІЇ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ХЕРСОНСЬКІЙ ОБЛАСТІ**

В статті розкриті особливості інвестиційної діяльності та перспективи її розвитку в Херсонській області, наведено механізм реалізації інвестиційної діяльності в сучасних умовах.



господарювання та визначено шляхи активізації інвестиційної діяльності в державі з урахуванням розробки системи заходів щодо її підвищення.

На сучасному перехідному періоді при різноманітті складних кризових економічних процесів і взаємовідносин між підприємствами, фінансовими інститутами, державами на внутрішньому і зовнішньому ринках гострою проблемою є ефективне вкладення (інвестування) капіталу з метою його збільшення.

Основною проблемою в інвестиційній сфері України є недостатність фінансових ресурсів та незначні можливості їх залучення. Через нерідко непродуману фінансову політику в Україні практично втрачено кошти приватних та інституційних інвесторів: ні домогосподарства, ні вітчизняні та іноземні інвестори – юридичні особи не поспішають вкладати свої кошти в реальну економіку. Нині першочергове завдання держави полягає в тому, щоб забезпечити стимулювання процесів нагромадження й ефективного використання інвестиційних ресурсів відповідно до перспектив інноваційного розвитку.

Інвестиційна діяльність представляє інвестиційний процес в реальних умовах, з акцентом на організаційні засади його реалізації та управління цим процесом. Як правило, інвестиційна діяльність розглядається стосовно конкретного інвестиційного проекту та підприємства (юридичної особи), що здійснює інвестиційний процес [6, с.64-67].

Підготовку та реалізацію заходів щодо поліпшення інвестиційного клімату і залучення іноземних інвестицій потрібно здійснювати у визначеній послідовності, тобто за такими етапами:

- дослідження інвестиційного потенціалу України;
- вибір пріоритетних галузей та технологій;
- розробка способів залучення інвестицій;
- реалізація розробленої політики та контроль за її виконанням [4, с.256].

Одним з головних передумов успішної інвестиційної діяльності є низький рівень інфляції та передбачуваність рівня цін в економіці. Для цього необхідні, по-перше, контроль за доходами та видатками бюджету, а по-друге, розв'язання проблем боргового тягаря. Також доцільно було б розробити механізм переливу фінансових ресурсів з галузей, де вони є у відносному надлишку, у галузі, де є потреба в капіталі [2, с.65].

Аналізуючи інвестиційну діяльність на регіональному рівні необхідно відмітити, що у січні 2012 р. промисловими підприємствами Херсонської області зменшено обсяги промислового виробництва на 13,4% у порівнянні з січнем минулого року. За попередніми даними за 2011 р. промисловими підприємствами реалізовано промислової продукції (товарів, послуг) на 9049,2 млн.грн. Обсяг експорту зовнішньої торгівлі області товарами за 2011р. становив 339,2 млн.дол., імпорту – 238,5 млн.дол., і проти 2010р. обсяг експорту зменшився на 2,5%, імпорту – збільшився на 48%. Позитивне сальдо зовнішньої торгівлі товарами становило 100,6 млн.дол. (у 2010р. – 186,9 млн.дол.). Зовнішньоторговельні операції з товарами підприємства області здійснювали з партнерами 113 країн світу. Обсяг прямих іноземних інвестицій, унесених в Херсонську область, на 1 січня 2012 р. склав 206,5 млн.дол., що на 1,5% більше обсягів інвестицій на початок 2011 р., та в розрахунку на одну особу становив 190,4 дол. Індекс споживчих цін (індекс інфляції) у січні 2012 р. по області становив 99,9%, по Україні – 100,2% [1].

Для економіки України, а також Херсонщини, сьогодні ми маємо кризу недовиробництва товарів групи «Б». Ринок заповнив імпорт. Натомість, ведуться розмови про будівництво мостів, про магістральні розв'язки, що коштують мільярди гривень. З кінця 1990-х років Херсонщина, як і в цілому Україна, мала особливість не кризи над виробництвом, а кризи недовиробництва.

До головних факторів, що стримують формування економічного середовища, сприятливого для залучення інвестицій, можна віднести також і невизначеність пріоритетів ринкового трансформування економіки та повільність процесів приватизації. Політика України як молодій незалежній державі щодо активізації процесу залучення інвестицій, перш за все, пов'язана з ринковим соціально-економічним трансформуванням суспільства. Отже, створення загальнополітичних, правових та інституціональних умов, сприятливих для інвестування, є одночасно як передумовою, так і результатом успішних реформ у нашій державі [3, с.158].

Важливо підвищити ефективність діяльності антимонопольних органів України, оскільки спостерігається тенденція до створення «регіональних монополій». Водночас укрупнення експортоорієнтованих компаній у металургійній та хімічній галузях дозволило б їм знизити витрати і посилити вплив на формування світової ціни на їх продукцію. Особливу увагу слід приділити захисту прав власності, у тому числі інтелектуальної. Україна є активним членом Світової організації інтелектуальної власності, але незважаючи на це наша держава залишається транзитним пунктом, місцем зберігання контрафактної продукції, що виробляється в Росії та інших країнах.

Підвищення конкурентоспроможності та інвестиційної привабливості економіки Херсонської області повинно стати стратегічним завданням. На сьогоднішній день виконується програма щодо розвитку інвестиційної діяльності Херсонської області на період до 2015 року, яку передбачається забезпечити протягом 2011 - 2015 років. Будуть здійснені заходи, необхідні для вирішення найбільш актуальних питань в економічній, соціальній та комунальній сферах області. Розробка та реалізація інвестиційних проектів у рекреаційній, транспортній, енергетичній та комунальній сферах, які є пріоритетними для розвитку економіки області та створюють підґрунтя для вирішення питань зі стратегічних напрямків розвитку Херсонщини. Планується здійснити поліпшення інвестиційних можливостей області та створення відповідної системи залучення іноземного капіталу в її економіку. Надходження прямих іноземних інвестицій в економіку області за період з 2011 по 2015 роки очікується в розмірі 53,3 млн дол. США [1].

Отже, створення загальнополітичних, правових та інституціональних умов, сприятливих для інвестування, є одночасно як передумовою, так і результатом успішних реформ у нашій державі. Нинішня ситуація в Херсонській області підтверджує ту відому істину, що коли назріла потреба у загальних змінах, тоді часткові перетворення зовсім нічого не дають, а то й ведуть до негативних результатів. Пожвавлення економічної, у тому числі інвестиційної та інноваційної, діяльності і поліпшення на цій основі соціальних умов можливе тільки шляхом рішучих, комплексних, швидких, прозорих і послідовних ринкових реформ, вивільняють підприємницьку ініціативу, створять конкурентне середовище й нададуть економіці стимули ефективного розвитку.

#### **Список використаних джерел:**

1. Головне управління статистики у Херсонській області // [ks.ukrstat.gov.ua /content/view/85/144/](http://ks.ukrstat.gov.ua/content/view/85/144/)
2. Пересада А.А. Інвестування: Навчальний посібник. – К.: КНЕУ. – 2004. с.250.
3. Плахій М.О. Вплив інвестиційної політики на економічний розвиток регіонів // *Фінанси України* – 2008-2009 - № 8, С. 64-67.
4. Статистичний щорічник країни за 2009-2010р. - К., Держкомстат України, 2010р.-658с.
5. Федоренко В.Г., Інвестознавство: Навч. посібник. – К.: КНЕУ, 2003. –345с.
6. Яришко С.Я. Теоретичні аспекти аналізу інвестиційних проектів// *Інвестиції: Практика та досвід.* – 2009. - №5. – с.12-14.

**Невеличук С.Д.**

### **СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЮ ЯК РЕАЛІЗАЦІЯ ЦІЛЬОВОГО ПІДХОДУ**

У сучасних умовах процес впровадження стратегічного підходу до управління на підприємствах України з врахуванням економічних реалій відбувається досить повільно. Підприємства насамперед зосереджені на вирішенні поточних проблем, пов'язаних з ефективним використанням їх потенціалу, а проблеми формування потенціалу, вирішення яких здійснюється в перебігу визначення перспектив розвитку, залишаються поза їх увагою.

Стратегічне управління сьогодні — це реалізація концепції, в якій поєднуються цільовий та інтегральний підходи до діяльності організації, що дає можливість встановлювати цілі розвитку, порівнювати їх з наявними можливостями (потенціалом) організації та приводити їх у відповідність шляхом розробки та реалізації системи стратегій.

Питанням розробки стратегії управління підприємством досліджували такі вчені, як

дослідники, як: О. Карпов, О. Кузьмін, С. Оборська, О. Мельник, З. Шершньова ті ін. [1,2,3]

Весь процес стратегічного управління можна умовно розбити на три основні етапи: стратегічний аналіз; розробка стратегії; реалізація стратегії [1].

Характерні риси системи стратегічного управління певної організації залежать від взаємодії таких чинників: галузевої приналежності; розмірів організації (залежно від галузевих особливостей); типу виробництва, рівня спеціалізації, концентрації та кооперації; характерних рис виробничого потенціалу; наявності (відсутності) науково-технічного потенціалу; рівня управління; рівня кваліфікації персоналу тощо.

Стратегічне управління на підприємстві виражається в наступних функціях: планування стратегії; організації виконання стратегічних планів; координації дій з реалізації стратегічних завдань; мотивації за досягнуті стратегічні результати; контролю за процесом виконання стратегії.

Стратегічне управління включає в себе:

- 1) управління за цілями, використовується як метод оцінки діяльності та управління, як працівників, підрозділів, так і компанії в цілому.
- 2) управління знаннями, передбачає обмін знаннями та цінним досвідом, самовдосконалення персоналу, підвищення зони відповідальності та особистісний зріст.
- 3) управління якістю здійснюється через стандартизацію та формалізацію бізнес-процедур, розробку системи контролю й оцінки діяльності, системи стимулювання персоналу через колективний бонус по результату.
- 4) бенчмаркінг – це механізм порівняльного аналізу ефективності роботи однієї компанії з показниками інших, більш успішних, компаній, а також постійне порівняння бажаних змін і результатів бізнесу зі створеною еталонною моделлю власної організації бізнесу.
- 5) реінжиніринг бізнес-процесів – полягає у революційному усуненні в компанії кризових явищ (точкове покращення бізнес-процесів), комплексній трансформації компанії (комплексне покращення бізнес-процесів), створенні і підтримці системи безупинних покращень результативності бізнесу.[2, С. 54]

Невелике приватне підприємство і велике промислове підприємство повинні застосовувати інструмент стратегічного управління в різних обсягах.

В іншому випадку маленька компанія так і не виросте або перетвориться в здоровенного некерованого монстра. Від ефективності управління процесом набуття знань всередині компанії, від якості використовуваних знань залежить якість розроблених стратегій.

Стратегічне управління організацією призначено забезпечити раціональний розподіл ресурсів між напрямками діяльності та їх ефективне використання для досягнення поставлених стратегічних цілей. Використання системи методів та інструментів стратегічного управління, постійний пошук та навчання, аналіз змін ринкового середовища та вчасне впровадження змін у стратегічне планування дозволить підприємствам та організаціям підвищити ефективність своєї господарської діяльності. В процесі розробки і здійснення стратегій беруть участь всі менеджери підприємства.

Головними перевагами стратегічного управління є: [3, С. 152]

- 1) зв'язок поточних рішень з майбутніми результатами, організоване осмислення рішень (усупереч спонтанному прийняттю) з прогнозуванням їхніх наслідків;
- 2) орієнтація на пошук альтернативних варіантів досягнення цілей, тобто допустимих цілей у межах визначених цілей та наявних обмежень;
- 3) визначення можливостей і загроз, сильних та слабких сторін діяльності підприємства, врахування їх при встановленні цілей і формулюванні стратегій для забезпечення впливу на ці аспекти вже сьогодні;
- 4) свідомо підготовка майбутнього і до майбутнього;
- 5) розподіл відповідальності не лише між напрямками діяльності, а й між поточною та майбутньою діяльністю.

Недоліками стратегічного управління є: [3, С. 153]

- 1) підміна змісту стратегічної діяльності формою, забюрократизованість процедур розробки стратегій і планів;
- 2) надвитрати часу для розробки стратегічних планів, що проявляється

реакцій на зміни в середовищі;

3) розрив між стратегічною та поточною діяльністю, сподівання, що наявність стратегії вже забезпечує її здійснення;

4) завищення очікувань, розробка нереалістичних планів, які не враховують специфіки об'єкта планування та можливостей (у тому числі – швидкості) здійснення змін;

5) сподівання на знаходження «панацеї» від негараздів і спрямування на неї всіх сил, і ресурсів, а не застосування системного підходу для реалізації стратегічної діяльності.

Використання принципів стратегічного управління на українських підприємствах припускає проведення цілого комплексу підготовчих робіт. Головними напрямками цих робіт є: створення системи стратегічного інформаційного забезпечення підприємств; розробка досить простих моделей стратегічного аналізу, що дозволяють з'ясувати причини кризового стану, перспективи розвитку галузі та виробити реальні стратегії виживання; підготовка й перепідготовка кадрів у сфері стратегічного управління.

Більшість керівників не мають потреби, необхідності у виробленні довгострокових стратегій, помилково вважаючи, що у сучасних умовах неможливо вирішувати перспективні питання. Хоча саме стратегічне мислення і такий інструмент, як стратегічне управління, є найважливішим чинником успішного виживання фірми у конкурентній боротьбі. Відсутність орієнтирів, місії і цільової спрямованості розвитку організації, можливості розпізнавання поведінки зовнішнього середовища організації й адекватного на неї реагування, а також здатності активно впливати на це середовище, роблять підприємство безперспективним.

Отже, основним завданням переважної більшості вітчизняних підприємств, є побудова системи стратегічного управління підприємством, яке сприяло б підвищенню їх рівня конкурентоспроможності.

#### **Список використаних джерел:**

1. Карпов О. Стратегія: від розробки до реалізації / Режим доступу : <http://www.management.com.ua/strategy/str138.html>
2. Шершньова З. Є. Стратегічне управління : [навчальний посібник] / З. Є. Шершньова., С. В. Оборська. – К. : КНЕУ, 1999. – 384 с.
3. Кузьмін О. Є. Основи менеджменту : [підручник] / О. Є. Кузьмін, О. Г. Мельник. – К. : „Академ-видав”, 2003. – 416 с.

**Паршин С.**

### **СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПРОБЛЕМИ АНТИМОНОПОЛЬНОГО РЕГУЛЮВАННЯ В УКРАЇНІ**

Вплив держави на економіку об'єктивно змінювався на різних етапах історичного розвитку. В умовах ринкового господарства державне регулювання економіки являє собою систему типових заходів законодавчого, виконавчого та контролюючого характеру, які здійснюються повноправними державними закладами і громадськими організаціями з метою стабілізації і пристосування існуючої соціально-економічної системи до умов, що змінюються. Питання про форми і межі втручання держави в економічні процеси має давню історію. У розвитку ринкової економіки був тривалий період, коли держава практично не втручалась у сферу економічного життя. Так, на стадії вільної конкуренції, яку сучасні економісти назвали досконалою (початок XVI — остання третина XIX ст.), держава, за образним висловом А. Сміта, “виконувала роль нічного сторожа”, що охороняє приватну власність, її економічні функції були вкрай обмежені. Ринковий механізм вільної конкуренції об'єктивно давав змогу розв'язувати практично всі проблеми економічного розвитку без помітного державного втручання. Механізм попиту, пропозиції і рівноважної ціни, поєднуючи інтереси виробників і споживачів, змушував їх діяти узгоджено, з орієнтацією один на одного.

Ринок спроможний самостійно й об'єктивно розв'язувати безліч проблем, однак за умов вільного підприємництва існують такі проблеми, які він не може розв'язати без допомоги держави:

- забезпечення економіки грошовою масою;
- забезпечення основ функціонування системи вільного підприємництва;

- забезпечення екологічної безпеки та економії невідтворюваних ресурсів;
- забезпечення захисту національного ринку.

Державне регулювання – це сфера монополії. Тому державні органи схильні використовувати свої регуляторні повноваження з метою захисту своїх вузьковідомчих інтересів, запроваджувати обов’язкові дозвільно-розпорядчі “послуги” для суб’єктів ринкових відносин.

Державна регуляторна політика – це предметне ставлення держави до суб’єкта суспільних відносин, а критерії, за якими держава намагається змінити його поведінку, – це складові її ідеології, стратегії і політики економічного розвитку. Суспільство, на яке спрямовується державне регулювання, в даному разі можна розглядати як одну “велику людину”, як макросуб’єкта ринкових відносин, що прагне зберегти внутрішню рівновагу і намагається застосовувати різні, навіть заборонені законом, методи задля забезпечення і підтвердження послідовності, цілеспрямованості, економічної доцільності щоденної людської поведінки, якщо регуляторні норми не вкладаються в критерії її економічності.

У сучасній літературі поняття “державне регулювання економіки” не є повною мірою визначене, разом з тим багато вчених називають його різноманітні форми та методи. Так, чимало учених-економістів вважають, що державне регулювання економіки здійснюється шляхом соціально-економічного прогнозування, через антимонопольну політику і розвиток конкуренції, державну стандартизацію, систему оподаткування, інші форми регулюючого впливу держави. Разом з нормативно-правовим регулюванням відповідних сфер господарювання для економічної діяльності держави характерною є розробка комплексних і регіональних програм тощо.

Державне регулювання поряд з плануванням організаційної діяльності, стимулюванням і контролем, державним моніторингом і протекціонізмом (підтримкою приватного підприємництва), правовою організацією державного сектора ринкової економіки є одним із напрямів державного впливу на розвиток економічних процесів.

На підставі викладеного надамо окреме визначення державного регулювання економіки. Передусім, на нашу думку, державне регулювання економіки — це процес управлінського впливу держави на стан окремих сегментів ринку (реального ринку, грошового ринку, ринку праці, зовнішньоекономічного сегмента) через зміни макро і мікроекономічних параметрів з метою досягнення збалансованого зростання (економічне зростання при повній зайнятості всіх факторів) економічної системи.

Повноваження антимонопольного регулювання покладені на Антимонопольний комітет України та його територіальні відділення, що знаходяться у кожній області. Крім того, існують так звані Національні комісії регулювання природних монополій. Їх існування викликано тим, що найбільше проблем накопичено саме в сфері природного монополізму, що представлена в основному житлово-комунальними підприємствами. Ці установи повинні виконувати нормативну, регулюючу та стимулюючу функції щодо антимонопольного регулювання. Сферою для регулювання антимонопольних органів влади є, в першу чергу, монополні утворення, їх цінова політика та фінансово-економічні результати діяльності. Цілком виправданий, на нашу думку, є акцент на цінову політику монополічних утворень, адже часто завищені ціни роблять товари і послуги недоступними всім верствам населення, крім того, вони можуть негативно впливати на інші сфери виробництва, якщо останні є споживачами продукції чи послуг монополічних утворень.

До методів та способів реалізації механізму державного адміністративного регулювання нами було віднесено економічний, правовий та адміністративний вплив, при цьому варто зазначити, що успішне поєднання цих методів може принести значніший результат, ніж використання їх окремо один від одного. Серед форм антимонопольного регулювання найважливішу роль має виконувати саме фіскальна політика, що представлена бюджетно-податковим регулюванням. Це пов’язано з тим, що підтримка конкуренції може відбуватися за рахунок виваженої бюджетної політики, шляхом застосування відповідних ставок оподаткування. Тобто в дослідженні, ми схилиємося до думки про те, що розвиток конкуренції в потенційних галузях національної економіки, обов’язково має тягнути за собою вигідні умови вступу в галузь (податки) і допомогу з боку держави (субсидії, дотації, субвенції тощо).

Монетарне або грошово-кредитне регулювання визначається як система заходів, що здійснюються державою у сфері грошового обігу та кредиту, спрямовані на забезпечення стійкого, ефективного функціонування економіки в цілому та підтримку в належному стані грошової системи. Проте реалії вітчизняного розвитку свідчать про неможливість стабільності соціально-економічної системи лише за рахунок інструментів грошово-кредитного регулювання. Взаємопов'язаними мають бути між собою такі форми антимонопольного регулювання, як цінове і соціальне, що спрямоване на захист прав споживачів через доступність товарів і послуг монопольних утворень.

Особливістю антимонопольного регулювання в Україні є переважне застосування неринкових методів впливу для захисту споживачів від зловживання монополій. Це зумовлене недорозвиненістю конкурентного середовища, адже при цьому економічні способи впливу малоефективні. Тому для швидкого виправлення загрозливих ситуацій уряд вимушений звернутись до способів “ручного” регулювання. Жорсткість державного регулювання як в природномонопольному секторі, так і в секторі з потенційною конкуренцією, обмежує можливості завищення цін та отримання надприбутків монополістами. Це зумовлює їх намагання зменшити державний вплив, зберегти і посилити свою ринкову владу. В свою чергу, така націленість визначає ставлення монополістів до вдосконалення антимонопольного законодавства і реформування монополізованої галузі.

Проведене нами дослідження дає підстави зробити наступні висновки:

1) механізм антимонопольного регулювання повинен бути комплексом взаємопов'язаних заходів регуляторного, контролюючого та стимулюючого впливу антимонопольних органів влади на діяльність монопольних утворень, з обов'язковим врахуванням національних особливостей;

2) інструменти бюджетно-податкового антимонопольного регулювання повинні забезпечувати, в першу чергу, розвиток і підтримку конкуренції важливих галузей національної економіки, які спроможні сприяти підвищенню конкурентоспроможності української економіки. В міру досягнення стратегічної цілі антимонопольного державного регулювання доцільним є зростання соціальності державного бюджету країни;

3) реалізація грошово-кредитного антимонопольного регулювання повинна проводитися в тісному взаємозв'язку з інструментами бюджетно-податкової форми. Зростання рівня насиченості реального сектору економіки країни грошовими засобами є фактором піднесення інвестиційної динаміки.

#### **Список використаних джерел:**

1. Leiyohnhufvud A. On Keynesian Economics and the Economics on Keynes. A Studi in Monetary Theory. — L., 1968. — Ch. 2.

2. Дмитриченко Л. И. Государственное регулирование экономики: методология и теория: Моногр. — Донецк: Изд-во “УкрНТЭК”, 2001. — 329 с.

3. Онищенко О. А. Державне регулювання економіки та зовнішньоекономічної діяльності у Франції // Дні науки: Зб. тез доповідей: В 4 т. / Гуманітарний університет “ЗІДМУ”, 5—6 жовт. 2006; Ред. кол. В. М. Огаренко та ін. — Запоріжжя: ГУ “ЗІДМУ”, 2006. — Т. 1. — С. 61—64.

4. Звіт Антимонопольного комітету України про свою діяльність у 2005 році; Костусев О. Природна монополія як об'єкт конкурентної політики / О. Костусев // Конкуренція. Вісник Антимонопольного комітету України. — 2004. — №2 (11).

5. Филюк Г. Сучасні проблеми та тенденції регулювання діяльності суб'єктів природних монополій / Г. Филюк // Економіка України. — 2005. — №7.

6. Черничко Т.В. Оптимізація механізму державного регулювання економіки України / Т.В. Черничко // Університетські записки, 2006. — № 3. — 4 (9 – 20).

*Піталова М. А.*

### **ОСОБЛИВОСТІ РИНКУ ПРАЦІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ**

У статті розглянуто проблеми безробіття та зайнятості в сучасному економічному середовищі України, проаналізовано проблеми ринку праці в Україні та Херсонській області.

Однією з найскладніших соціально-економічних проблем в умовах ринкової трансформації економіки України є формування національного ринку праці. Перехід від командно-адміністративної системи до ринкової супроводжується зростанням рівня та тривалості безробіття, розвитком вимушеної неповної та неформальної зайнятості, нелегальної трудової міграції тощо. Становлення ринкових відносин викликало трансформацію зайнятості, обумовило зрушення в її структурі. Насамперед, це пов'язано з переходом від планового розподілу трудових ресурсів і принципу загальнообов'язкової зайнятості до створення умов для вільного вибору людиною сфери праці і форми економічної поведінки.

Ринкова трансформація економіки в постсоціалістичних країнах загострила і актуалізувала проблему безробіття. З одного боку, перехід до ринкової економіки закономірно супроводжується безробіттям, яке є іманентною властивістю цієї системи. З другого боку, характер ринкових трансформацій та структурно-технологічні перетворення породжують нові умови та причини поширення безробіття і надають йому нових особливих характеристик і ознак.

Розроблення теоретичних основ вивчення проблеми ринку праці, зайнятості та безробіття в ринкових системах пов'язані з іменами видатних зарубіжних економістів, таких як: К. Маркс, Л. Самюельсон, А. Сміт та ін. [4, 5, 6].

Економічне зростання, над забезпеченням якого працює український уряд, створює передумови для збільшення зайнятості, доходів населення, підвищення продуктивності його праці. Вихід з фінансово-економічної кризи, що в певній мірі характеризує сучасну українську економіку, відбувається повільно та нерівномірно для окремих виробничих галузей і підприємств, що неминуче призводить до диспропорції національного ринку праці, до різновекторності розвитку окремих його сегментів. Крім того, невдала сучасна політика української влади по формуванню та функціонуванню ринку праці, призвела до втрати робочих місць, до низьких вимог щодо якості робочої сили, до зростання кількості робочих місць з небезпечними умовами праці. Існуюча робоча сила не відповідає сучасним вимогам роботодавців ні по професійно-освітній, ні по трудовій, дисциплінарній чи мобільній підготовці. Наслідком незбалансованості пропонованої робочої сили із попитом на неї стає безробіття.

Враховуючи, що складовими ринку праці є товар — він виступає у формі робочої сили; ціна, яка виступає у формі заробітної плати; попит, який визначає потребу країни, галузі, регіону, фірми в робочій силі; пропозиція, тобто чисельність і структура наявних трудових ресурсів, то на ситуацію на ринку праці впливає: загальна соціально-економічна ситуація в країні і регіоні, якісний показник людського капіталу, становище у сфері надання соціальних послуг, національно-культурні особливості, соціопсихологічні чинники та ін. [2].

Загалом сучасному ринку праці в Україні притаманні такі ознаки: перевищення пропозиції робочої сили над попитом; низька ціна робочої сили, її невідповідність реальній вартості; зниження зайнятості у сфері суспільного виробництва, зростання чисельності незайнятого населення; низька частка офіційно зареєстрованих безробітних за великих масштабів зростання прихованого безробіття; наявність значних масштабів нерегламентованої зайнятості; зростання молодіжного безробіття; регіональні диспропорції між наявністю і потребою в робочій силі; низька професійна й особливо територіальна мобільність трудових ресурсів; відсутність або недостатня опрацьованість правових норм та організаційно-економічних механізмів, що регулюють трудові відносини, тощо; еміграція висококваліфікованої робочої сили.

У ринковій економіці ринок праці охоплює всіх здатних працювати: як зайнятих, так і не зайнятих найманою працею. Серед незайнятих розрізняють такі групи працездатних людей: особи, що не працюють, але бажають працювати й шукають роботу (безробітні, які мають відповідний статус; особи, які мають розпочати трудову діяльність; особи, які шукають роботу після певної перерви в роботі); особи, котрі хоча і мають роботу, проте не задоволені нею і шукають друге місце основної або додаткової роботи; особи, які зайняті, проте явно ризикують утратити роботу і тому шукають друге місце роботи.

Указані категорії людей і визначають пропозицію праці на ринку праці. Отже, ринок праці — це ринок найманої праці. Він охоплює відносини від моменту наймання працівників на

роботу до їх звільнення.

В Україні на перший квартал 2012 року ринок праці характеризувався такими показниками: рівень економічно активного населення 72,8 %; рівень зайнятості - 66,2%. Рівень безробіття населення працездатного віку (за методологією МОП) в середньому за I квартал 2012 р. становив 9,1% економічно активного населення відповідного віку. Рівень зареєстрованого безробіття, розрахований по відношенню до населення працездатного віку, на 1 липня 2012р. становив 1,6%. Кількість зареєстрованих безробітних упродовж грудня 2011р. в Херсонській області збільшилась на 21,7%, в тому числі в міських поселеннях – на 13,7%, у сільській місцевості – на 35,2%. Рівень зареєстрованого безробіття в цілому по області за грудень п.р. зріс на 0,4 в.п. і на 1 січня 2012р. становив 1,8% населення працездатного віку. Кількість зареєстрованих безробітних в цілому по області на 1 вересня 2012р. становила 7,8 тис. осіб, що на 32,8% менше, ніж на 1 січня 2012р. та на 10% більше, ніж на 1 вересня 2011р.. Рівень зареєстрованого безробіття в цілому по області на 1 вересня 2012р. становив 1,2% населення працездатного віку [3].

Ринок праці в трансформаційній економіці поступово залучає до орбіти соціально-трудових відносин маси людей і інститутів, і відображає зміни в зайнятості (галузеві, демографічні, регіональні та ін.). Проблема значної невідповідності у рівнях розвитку регіонів України посилюється дуже низькою мобільністю, обумовленою обмеженнями по реєстрації, великими цінами на житло, слабо розвинутою системою транспорту та постійно зростаючими поточними витратами.

Пріоритетними напрямками реформування українського ринку праці є вдосконалення системи оплати праці, розширення можливостей отримання населенням офіційних основних і додаткових доходів, соціальна підтримка окремих груп, підвищення якості та конкурентоспроможності робочої сили; впровадження механізмів розвитку вітчизняного виробництва; сприяння ефективним і доцільним переміщенням працездатного населення; запобігання зростанню безробіття через створення робочих місць за рахунок різних джерел фінансування.

Державна політика зайнятості має спрямовуватись на створення нових продуктивних робочих місць. Навіть в умовах фінансової кризи політику створення нових робочих місць можна було б реалізувати за допомогою використання непрямих економічних важелів – податкових пільг, розвитку малого й середнього бізнесу, залучення іноземних інвестицій тощо. Для досягнення сталого розвитку країни необхідно скоротити рівень безробіття за допомогою створення умов для навчання та перенавчання населення, що сприятиме стабілізації життя людей через наближення обсягу попиту робочої сили до її пропонування.

#### **Список використаних джерел:**

1. Безтелесна Л.І. Ринкові механізми управління людським розвитком. – Рівне, 2006. – 310с.
2. Державна служба статистики України // [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua)
3. Головне управління статистики у Херсонській області // [www.ks.ukrstat.gov.ua](http://www.ks.ukrstat.gov.ua)
4. К. Маркс. Капітал. М. – Политиздат, 1982., с. 348.
5. Семюелсон П.А., Нордгауз В.Д. Макроекономіка. – К.: Основи, 1995 р., с. 123.
6. Сміт А. "Дослідження про природу і причини багатства народів». – М. 1962р., с. 256.
7. Шимченко Л.А. Ринок праці в Україні: проблеми та складнощі реформування // <http://www.nbu.gov.ua>

**Поляков В.О.**

### **РЕГІОНАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ КАПІТАЛІЗАЦІЇ ЯК ФАКТОР СТАНОВЛЕННЯ РИНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ**

Україна офіційно визнана країною з ринковою економікою, але не дивлячись на це все ще триває етап перехідної економіки. Капіталізація є основним фактором становлення ринкової економіки. Капіталізація – це процес визначення вартості об'єкту оцінки та визнання



найкращих шляхів використання капіталу за для отримання додаткового прибутку. Згідно статистичних показників рівень капіталізації економіки України з кожним роком падає. Станом на 2011 рік, рівень капіталізації складає 15,5% (25,558,277,154 у доларах США), а всього 4 роки тому Складав 78,4%. Рівень капіталізації розвинених країн складає від 90%. У світі одним з головних критеріїв, що вказують на стійкість, розвиненість економіки є саме рівень капіталізації. У зарубіжній практиці цей критерій тісно пов'язують за іміджем компанії, інвестиційним кліматом, фінансовою стійкістю господарюючих суб'єктів держави.

Слід констатувати, що в питаннях, які стосуються визначення сутності капіталізації як процесу, що продукує додану вартість, і як показника або критерію, на основі якого оцінюються ринкова вартість суб'єктів господарювання, є багато проблемних, спірних і недостатньо вивчених факторів.

Аналіз і оцінка публікацій НАНУ, науково – дослідницького центру НБУ і Київського національного університету імені Т.Г. Шевченка, щодо розробленості проблеми дозволяють зробити такі узагальнення:

- у вітчизняних публікаціях капіталізація трактується в різних аспектах;
- в практичній діяльності використовуються різні методологічні та методичні підходи, більшість з яких є несумісні між собою;
- найбільш відпрацьованими на теперішній час є питання, пов'язані з визначенням капіталізації у банківському секторі економіки;
- для корпоративного сектору капіталізація – це показник поточної ринкової вартості цінних паперів емітента.

В умовах фінансової кризи актуальність питань, пов'язаних із необхідністю пошуку шляхів підвищення капіталізації суб'єктів господарювання, національних економік, не тільки зростає, а й з'являються нові проблеми. Зокрема, у теперішній ситуації на урядовому рівні піднімаються питання не тільки про необхідність підвищення капіталізації як фактору забезпечення фінансової стійкості, платоспроможності, а й доцільності проведення процесів рекапіталізації, декапіталізації, націоналізації приватних капіталів.

Саме вирішення цих проблем скоротить шлях до повноцінного становлення ринкової економіки. Україна переживає важкі часи перехідної економіки, але зі збільшенням рівня капіталізації зросте рівень залучення іноземних інвестицій, зросте рівень власної підприємницької потужності.

Основним показником капіталізації для зарубіжних партнерів є загальнодержавний показник, який складається з регіональних і т.д. Завданням держави є тримати високий показник, але це не можливо зробити за рахунок двох регіонів з великим рівнем капіталізації і п'яти з низьким. Вважаючи на розміри нашої держави кожен регіон є направленим на окрему ланку економічної діяльності. Наприклад східний регіон це видобувна та виробнича галузь, частково до неї можна віднести і центральний регіон (Запоріжжя, Дніпропетровськ), південний та центральний регіони це сільськогосподарська галузь. Зважаючи на різну направленість регіонів, позитивним кроком було б виділити окремі закони на певні регіони, що стимулювали б розвиток саме тієї галузі, яка є більш розвинутою.

Ця проблема буде досліджена нами на більш вузькому регіональному рівні на прикладі м. Херсон. Наше місто включає в себе як виробний, сільськогосподарський так і фінансовий потенціал, а також має достатньо об'єктів дослідження. Буде розрахований рівень капіталізації, запропоновані варіанти збільшення рівня капіталізації, проведений аналіз впливу проблем капіталізації на становлення ринкової економіки.

#### **Список використаних джерел:**

1. Богачев С. Капиталотворческая функция пормышленных предприятий // НАН Украины. Ин-т пром-ти. Донецк, 2005. – 236с.
2. Капіталізація економіки: проблеми і перспективи. Матеріали семінару // Економічна теорія. – 2006. - №2. – С.91-112.
3. Методологічні основи оцінки рівня капіталізації суб'єктів господарювання : монографія / М. А. Козоріз, С. А. Давимука, О. М. Люткевич та ін. ; під ред. М. А. Козоріз. – Львів : Інститут регіональних досліджень НАН України, 2008. – 290 с.
4. Побурко О. Я. Методологічний підхід до статистичної оцінки рівня капіталізації

*Притика М. О.*

## СУЧАСНИЙ СТАН ТА НАПРЯМИ РОЗВИТКУ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ

Стан банківської системи має визначальне значення в умовах розвитку національної економіки. Саме банки є одним із головних джерел інвестування фінансових ресурсів в економіку країни. Тому забезпечення стабільності банківської системи – це першочергове завдання, яке необхідно вирішити Україні на шляху до євроінтеграції. З розвитком міжнародних відносин та посиленням глобалізаційних процесів у банківській сфері виникає дедалі більше проблем, які потрібно негайно вирішити, щоб забезпечити її стабільність та нормальне функціонування національної економіки.

Наявність в Україні функціонального фінансового сектору, зокрема банківського, є необхідною умовою створення ефективної ринкової економіки, завоювання міцних позицій на вітчизняному та світовому ринках. Для функціонування банківської системи в Україні розроблено нормативну базу, впроваджені принципи діяльності банків, методи та інструменти грошово-кредитної політики тощо. Проте швидкий розвиток фінансових глобалізаційних процесів ставить перед банківською системою щоразу більше завдань, у разі вирішення яких Україна стане активним учасником глобалізаційних процесів.

Аналіз сучасного стану банківської системи показав, що одним із найскладніших періодів у діяльності вітчизняних банків був 2009 р. – збитки сягали 28 млрд. грн (доходи – 143,1 млрд. грн, витрати – 171, 1 млрд. грн.). Стабільно прибутковими протягом 2011 р. були Ощадбанк, Приватбанк та Укрсоцбанк[1].

Перед українською системою постала ціла низка проблем, основними з яких є такі: низький рівень конкурентоспроможності банківського сектору; низька якість надання послуг за їх високої вартості; недостатній рівень капіталізації; незалежність Національного банку України. Вирішення зазначених проблем, що стримують розвиток банківського сектору України, забезпечить його стабільність та ефективне функціонування економіки загалом.

Однією з головних проблем розвитку банківської системи є низький рівень її конкурентоспроможності, тобто неможливість вітчизняних банків конкурувати з іноземними. З кожним роком кількість іноземного капіталу в статутному капіталі банків зростає.

Частка іноземного капіталу в статутному капіталі банків України 2000 рік = 13.3 %; 2001 рік = 12.5 %; 2002 рік = 13.7 %; 2003 рік = 11.3 %; 2004 рік = 9.6 %; 2005 рік = 19.5 %; 2006 рік = 27.6 %; 2007 рік = 30.3 %; 2008 рік = 36.7 %; 2009 рік = 35.8 %; 2010 рік = 40.6 %; 2011 рік = 41.9 %; 01.03.2012 р. = 41.6 %. Лише за останні п'ять років кількість банків з іноземним капіталом зросла у 1,5 разів, а із 100% іноземним капіталом - у 1,7 разів у порівнянні з 01 січня 2007 року. За даними 2012 р., що найменше у 53 банків в Україні є іноземний капітал, зі 176 працюючих. На сьогодні дев'ять із 20 найбільших банків України знаходяться у володінні іноземних банків [3].

Значна кількість іноземних банків, з одного боку, сприяє фінансовому розвитку країни, а з іншого – несе істотні загрози. Тому доцільно виділити ці переваги та недоліки для України.

Переваги:

- залучення в економіку країни наявності інвестиційних ресурсів;
- впровадження нових банківських коштів;
- запозичення новітніх технологій;
- міжнародний досвід;
- збільшення обсягу кредитних ресурсів;
- здешевлення банківських послуг;
- посилення конкуренції на банківському ринку;

Поряд з цим зазначимо, що недоліками є:

- ризик «залежного розвитку» вітчизняного банківського сектору від тенденцій на світовому ринку;
- витіснення українських банків більш капіталізованими іноземними банками;
- задоволення інтересів країни походження капіталу;



- неможливість здійснення повного контролю за операціями іноземних банків [1].

Наступною проблемою розвитку банківської системи України є занадто низький рівень капіталізації, що призводить до витіснення національних банків іноземними. Недостатність фінансових ресурсів у банківському секторі затримує економічне зростання країни. Власний капітал українських банків у 2011 р. становив 136,2 млрд. грн., що становить 14,8% до ВВП країни. Слід зазначити, що такий рівень є низьким порівняно із зарубіжними країнами. Капіталізація російських банків складає 80 млрд. євро, банків США – 496 млрд. євро, Франції – 390 млрд. євро, Німеччини – 354 млрд. євро, Великої Британії – 35- млрд. євро, Іспанії – 210 млрд. євро, Нідерландів – 112 млрд. євро, Швейцарії – 100 млрд. євро [2].

Збільшуючи рівень капіталізації, банки підвищують свою конкурентоспроможність як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках, і забезпечують фінансову стабільність економіки України. Існують такі шляхи підвищення капіталізації банків України, як: створення банківських об'єднань; збільшення капіталу за рахунок прибутку; злиття та реорганізація банків; випуск банківських облігацій, депозитних сертифікатів та єврооблігацій; випуск акцій власної емісії тощо.

Невирішеною проблемою залишається низький рівень якості послуг та їхня висока вартість. Одним із головних показників, який характеризує ситуацію, що склалася, є базова облікова ставка, яка встановлює центральний банк країни. Чим вища відсоткова ставка, тим дорожче надаються кредити банкам і, відповідно, підприємствам та населенню. Облікова ставка НБУ з 1.09.2012 р. становить 7,5% [2].

Більшість науковців виділяють проблему забезпечення незалежності Національного банку України. Спостерігається така тенденція, що країни з відносно незалежним центральним банком досягають кращих результатів розвитку економіки, порівняно з країнами із залежним центральним банком. Для дослідження цієї проблеми часто використовують індекс Цукермана, який показує наскільки центральний банк є незалежним. Він охоплює чотири компоненти: головний виконавчий директор центрального банку, формування політики, цілі центрального банку та обмеження кредитування. Дослідження незалежності НБУ засвідчило, що індекс Цукермана становить лише 52 % від ідеального значення, тобто надалі необхідно впроваджувати реформи, що будуть спрямовані на підвищення рівня незалежності НБУ [1].

Банківська сфера є однією з провідних ланок фінансової системи, від стабільності якої залежить подальший розвиток економіки України, можливість виходу на міжнародні ринки та активної участі у глобалізаційних процесах. У період фінансової кризи банки отримали значні збитки, внаслідок багатьох причин, що призвело до негативних наслідків. Тому державі необхідно розробляти напрямки реформування банківської системи, спрямовані на її оздоровлення та розвиток.

#### **Список використаних джерел:**

1. Брегеда О.А. Тенденції розвитку світової та вітчизняної банківських систем / О.А.Брегеда, С.М. Савлук // Ринок фінансових послуг. – 2011. – № 4. – С. 27-34.
2. Офіційний сайт Приват банку // Приват банк. [Електронний ресурс]. – Доступний з [http://agentprivatbank.ucoz.net/index/oblikova\\_stavka\\_nbu\\_u\\_2012\\_r](http://agentprivatbank.ucoz.net/index/oblikova_stavka_nbu_u_2012_r).
3. Звіти Національного банку України // Національний банк України. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://www.bank.gov.ua>.

**Пуляєва І.І.**

### **ФОРМУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЯ КОРПОРАТИВНОЇ СТРАТЕГІЇ**

Перед підприємствами, що функціонують у сучасних умовах господарювання, гостро постає питання виживання і ефективної діяльності у довгостроковій перспективі. Саме тому проблема розробки суб'єктами господарювання ефективної загальної стратегії розвитку набуває все більшої актуальності. При цьому правильно розроблена, обрана і обґрунтована корпоративна стратегія є запорукою майбутнього успіху підприємства.

Для успішного тривалого розвитку підприємства керівництву необхідно навчитися визначати чітку лінію довгострокової поведінки, розробляти відповідний загальний сценарій довгострокового розвитку та діяльності, спрямований на перспективу системний план рішень і дій щодо вибору сфери та напрямів бізнесу, позицій на ринках, технологій,

поведінки тощо.

Практика господарювання показує, що без окреслення і оцінки перспективи в бізнесі, без визначення і використання потенційних переваг, без вироблення і дотримання цілісного комплексного концептуального системного плану намірів та напрямків довгостроково розвитку бізнесу ефективно ведення господарської діяльності на підприємстві практичне неможливе.

Корпоративна стратегія (загальна, портфельна, базова) є загальним планом управління для диверсифікованої компанії і розповсюджується на всю компанію, охоплюючи всі напрямки її діяльності.

На сьогоднішній день, корпоративна стратегія – це спосіб, за допомогою якого підприємство створює вартість, формуючи та координуючи свої дії на різних ринках. Слід відмітити, що дане визначення має три важливих аспекти:

- перший – робиться акцент на створенні вартості в якості кінцевої мети корпоративної стратегії. Чи розподілятиметься ця вартість між акціонерами або іншими зацікавленими особами – рішення про це приймають ті, хто здійснює управління підприємством;

- другий – концентрує увагу на можливостях корпорації на численних ринках, включаючи її продукцію, географічне становище та вертикальний розподіл;

- третій – акцентує увагу на тому, як підприємство управляє своїми діями і бізнесом, які знаходяться в рамках корпоративної ієрархії. Тут необхідно чітко сформулювати і виконати корпоративну стратегію.

Загальна стратегія підприємства передбачає три основні завдання:

1. Формування основного напрямку діяльності підприємства і його стратегічних одиниць бізнесу (СОБ).

2. Визначення конкретної ролі кожної СОБ і кожного його підрозділу у реалізації корпоративної стратегії.

3. Визначення розміру і способу розподілу ресурсів між СОБ та іншими підрозділами.

Ефективна корпоративна стратегія повинна визначати: загальну ефективність діяльності підприємства (безперечна умова доцільності його існування); унікальне становище підприємства стосовно його конкурентів; доцільні дії і вигідні особливості продукції порівняно з продукцією конкурентів; конкурентну перевагу підприємства як наслідок узгодженості дій; життєздатність підприємства як результат ефективності його діяльності.

Ефективна реалізація корпоративної стратегії забезпечує: створення організаційної структури, що сприяє успішному виконанню стратегії; складання бюджету для спрямування ресурсів підприємства у вирішальні, з позиції стратегії, підрозділи; вдосконалення методів управління; введення системи стимулювання, яка спрямована на спонукання співробітників активно працювати як у процесі розробки стратегії, так і в процесі її реалізації.

Принципи формування корпоративної стратегії передбачають вимоги до неї, визначають характер і зміст економічної діяльності корпоративної структури. Правильне їх дотримання є запорукою ефективної роботи корпорації, уникнення негативних результатів під час реалізації обраної стратегії. До них відносять:

- принцип цілісності – корпоративна стратегія має бути сформована як певна система;
- принцип безперервності – портфельну стратегію необхідно використовувати постійно, уникаючи розбіжностей у часі;
- принцип гнучкості – здатність стратегії змінювати свою спрямованість у зв'язку з непередбачуваними обставинами;
- принцип точності – стратегія повинна бути конкретизована і деталізована;
- принцип участі – розроблення стратегії передбачає участь якомога більшої кількості працівників різних рівнів управління.

Процес розробки корпоративної стратегії передбачає:

- Визначення ступеня диверсифікації (в яких галузях діятиме організація; чи придбаватиме діючі компанії);

- Зосередження на способах поліпшення загальних показників діяльності компанії у діючих напрямках диверсифікації (посилення конкурентних позицій);

- підвищення дохідності; фінансування додаткових потужностей;
- заходи щодо підвищення ефективності виробництва; надання нових управлінських технологій; відмова від непривабливих, неперспективних сфер бізнесу);
- пошук способів отримання синергічного ефекту в традиційній сфері діяльності та перетворення його на конкурентну перевагу (пожвавлення діяльності з аналогічними технологіями виробництва, каналами збуту, споживачами; передача навичок, досвіду; максимальне використання потужностей, площ; зниження загальних витрат; підвищення конкурентоспроможності певних виробів; поліпшення інших напрямів взаємозв'язаної диверсифікації);
- ранжування привабливості інвестування в різні сфери діяльності для розміщення коштів у найбільш перспективних із них.

Формування корпоративної стратегії підприємства є досить складним і тривалим процесом, оскільки з певної множини стратегічних альтернатив необхідно вибрати одну або декілька. І тут важлива роль відводиться стратегічному аналізу. Лише на основі глибокого дослідження зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства, вивчення сформульованої місії та мети можна розробити різноманітні можливі варіанти розвитку підприємства, його економічні можливості на перспективу, стратегічну поведінку.

Саме стратегічний аналіз допомагає керівникам підприємств розробити конкретну програму розвитку даного підприємства, яка є реальною для виконання і зорієнтована на досягнення успіху.

Відправним моментом у стратегічному аналізі є вибір базової (загальної) стратегії. Вихідними даними для вибору базової стратегії служать як макро - економічні чинники, так і внутрішні можливості підприємства, що визначаються циклом його розвитку, а основне завдання, що вирішується при цьому, полягає у забезпеченні узгодженості між цілями і ресурсами.

За результатами стратегічного аналізу керівники мають можливість сформувати склад, структуру та відповідну комбінацію складових інвестиційного портфеля та портфеля продукції підприємства, вибрати характер глобалізації бізнесу, досягти бажаного ефекту між окремими видами бізнесу, визначити інвестиційні пріоритети. Оволодіння методами і підходами сучасного стратегічного аналізу та вміле їх застосування щодо глибокого дослідження корпоративної стратегії підприємства - одна із важливих складових забезпечення успішної діяльності суб'єктів господарювання в перспективі. На сьогоднішній день, актуальним є питання розгляду загальної (корпоративної) стратегії як антикризової, тобто такої, що оптимізує поведінку підприємства в умовах спаду в галузі, стійкого зниження основних фінансових показників її діяльності і загрози банкрутства.

#### **Список використаних джерел:**

1. Афанасьєв М.В. Стратегія підприємства: навч.-метод. посіб. -Х. ІНЖЕК, 2007. -269 с.
2. Клівець П. Г. Стратегія підприємства: навч. посіб. / П.Г. Клівець.- К.: Академвидав, 2007. -322 с.
3. Ковтун О.І. Стратегії підприємства: монографія / О.І. Ковтун. Львів: Видавництво Львівської комерційної академії, 2008. 421 с.
4. Оберемчук В.Ф. Стратегія підприємства: короткий курс лекцій / МАУП. К., 2000.- 127 с.
5. Саєнко М.Г. Стратегія підприємства: навч. посіб. / М.Г. Саєнко. -Тернопіль: Економічна думка, 2007. -351 с.
6. Селезньова Г.О. Стратегія підприємства: навч. посіб. / Г.О. Селезньова. Харків : ХНЕУ, 2007.239 с.

**Рожук Я.В.**

## **НАСЛІДКИ ЕКСПАНСІЇ ІНОЗЕМНОГО КАПІТАЛУ В БАНКІВСЬКІЙ СИСТЕМІ УКРАЇНИ**

Наслідками лібералізації та глобалізації економіки стали і такі ключові події для розвитку фінансово – банківської сфери України, як експансія іноземного

розгортання світової фінансово – економічної кризи.

Зважаючи на структуру основних мотивів приходу іноземних банків в Україну, сприяння вирішенню проблем української банківської системи не входить у перелік їх інтересів. Натомість, саме наявність цих проблем в значній мірі визначає можливість отримання іноземними банками високих прибутків на українському ринку. Тому, як переконає світовий досвід, за відсутності вираженої стратегії відкриття внутрішнього ринку банківських послуг, розробленої з урахуванням інтересів України, наслідки приходу іноземного банківського капіталу можуть набути переважно негативного забарвлення, а саме:

1) розширення ресурсної бази фінансування реального сектора вітчизняної економіки не означає їх автоматичної переорієнтації до інноваційних галузей. За відсутності механізмів оптимального розподілу фінансових ресурсів підвищується ймовірність збереження викривленої валютної, строкової і галузевої структури банківського кредитування переважно високоприбуткових галузей (торгівлі, операцій з нерухомістю, галузей, пов'язаних із видобуванням і первинною переробкою мінерально – сировинних ресурсів), що веде до загострення структурних ризиків;

2) підвищення якості обслуговування і зниження рівня процентних ставок за кредитами в умовах спрощеного доступу філій іноземних банків до ресурсів материнських структур, їх якіснішої технологічної і методологічної бази, великого досвіду маркетингових стратегій і технологій ризик-менеджменту, гнучкості підходів до питань кредитування населення створить нерівні умови конкуренції на фінансовому ринку України, що обумовить необхідність значних витрат вітчизняних банків на впровадження нових технологій та навчання персоналу, що зменшить їх фінансову стійкість; приведе до перерозподілу на користь іноземних філій ринку корпоративних клієнтів та встановлення зарубіжними банками контролю над найбільш ефективними сферами діяльності; підвищить залежність економічного розвитку України від інтересів іноземних банків;

3) за зменшення впливу внутрішніх шоків на стабільність функціонування банківської системи в умовах розширення можливостей іноземних філій вирішувати свої фінансові проблеми за рахунок материнської компанії зростає загроза неконтрольованого відтоку капіталу і фінансових ресурсів: можливість швидкого згорання діяльності, виведення кредитних ресурсів та інвестицій з України філій іноземних банків з метою мінімізації ризиків та фінансових втрат при одночасній слабкості національної частини банківського сектору спровокує колапс національної фінансової системи;

4) за збільшення об'ємів іноземних інвестицій в економіку України, підтриманих діяльністю іноземних банків, в майбутньому слід очікувати не менш потужного відпливу капіталу у формі виведення прибутків із відповідними негативними наслідками для стану платіжного балансу, вітчизняного валютного ринку, курсу української валюти.

Таким чином, завдяки розширенню присутності іноземних банків в Україні інтенсифікується розвиток якісно нового фінансово-економічного середовища, головну роль в якому відіграватимуть іноземні банки та іноземна валюта. Результати діяльності банків з іноземним та національним капіталом показали переважно позитивний вплив іноземного капіталу на розвиток банківської системи України. Про це, свідчать випереджаючі темпи кредитування економіки, нарощення активів, власного та статутного капіталу, одночасне зростання фінансових результатів та витратних статей, пов'язаних з обслуговуванням персоналу та адміністративними заходами, які демонструють банки з іноземним капіталом в порівнянні з банками з національним капіталом. Відтак процес входження іноземного капіталу в український банківський сектор, особливо в умовах деформованого механізму розподілу фінансових ресурсів, має бути вкрай поступовим і регульованим державою. Раціональна стратегія державного управління процесом входження іноземних банків в Україну полягає в тому, щоб максимально інтегрувати їх в українську економіку, орієнтуючи на виконання пріоритетних національних завдань. У зв'язку з цим основним завданням має стати удосконалення механізмів розподілу ресурсів, та переорієнтація з використання адміністративних важелів стримування експансії іноземного банківського капіталу на зміцнення конкурентоспроможності української банківської системи шляхом максимальної компенсації відсутності у неї переваг, якими володіють іноземні банки.



### Список використаних джерел:

1. Офіційний сайт Національного банку України. [Електронний ресурс]. Режим доступу: [www.bank.gov.ua](http://www.bank.gov.ua).
2. Электронное издание «Деньги» // [Электронный ресурс]. Режим доступа: [www.dengi.ua](http://www.dengi.ua)
3. Юрик Т.З. Виявлення основних причин кризового стану банківської системи України // [Електронний ресурс]. Режим доступу: [www.nbuv.gov.ua](http://www.nbuv.gov.ua)
4. Береславська О. Актуальні проблеми курсової політики України/ Олена Береславська // Вісник НБУ. – 2010. – № 2. – С. 16–20.
5. Шварц О. Регулювання ліквідності банківської системи України в період кризи/ Олександр Шварц // Вісник НБУ. – 2010. – № 4. – С. 56–61.

*Сергєєв Я.С.*

### ІНФЛЯЦІЙНІ ПРОЦЕСИ В УКРАЇНІ

Інфляція являє собою складне багатоаспектне явище соціально-економічного характеру, властиве в тому або іншому ступені всім країнам: розвиненим, тим, що розвиваються й, звичайно, країнам з перехідною економікою. Серйозною проблемою інфляція залишається для України. Без зниження рівня інфляції неможливо досягти економічного процвітання країни, оскільки інфляція стримує розвиток і банківської системи, і фінансових ринків. Як і раніше, актуальним і необхідним залишається завдання побудови такої моделі антиінфляційного регулювання, що дозволить, з одного боку, ефективно управляти грошовою масою, а, з іншого боку - сприяти розвитку вітчизняного виробництва.

Під інфляцією, як правило, розуміють падіння купівельної спроможності грошової одиниці, тобто систематичне зростання цін незалежно від того, якими причинами цей процес викликається. Це, звичайно, не означає, що підвищуються обов'язково всі ціни. Навіть у періоди досить швидкого зростання інфляції деякі ціни можуть залишатися відносно стабільними, а інші навіть знижуватися.

Інфляція здійснює негативний вплив на суспільство в цілому. Погіршується економічне становище: знижуються обсяги виробництва, оскільки коливання та зростання цін роблять непевними перспективи розвитку виробництва; відбувається перелив капіталу з виробництва в торгівлю та посередницькі операції, де швидший обіг капіталу та більше прибутку, а також легше ухилитися від сплати податків; розширюється спекуляція в результаті різкої зміни цін; обмежуються кредитні операції; зменшуються фінансові ресурси держави. Виникає соціальне напруження в зв'язку з тим, що інфляція перерозподіляє національний дохід не на користь найменш забезпечених верств суспільства. Особливо важкою є інфляція для осіб з фіксованими доходами. Відбувається також погіршення очікувань щодо макроекономічної ситуації в майбутньому, що приводить, зокрема, до зниження ділової активності (через інвестиційну складову). Щоб стримати різке падіння життєвого рівня, держава здійснює індексацію доходів, та податкових пільг. Розгортання інфляційних процесів призводить до такого загострення економічних та соціальних суперечностей, що держави починають вживати заходів для подолання інфляції та стабілізації грошового обігу. Основні форми боротьби з інфляцією - грошові реформи та антиінфляційна політика.

Грошова реформа - повне або часткове перетворення грошової системи, що здійснює держава з метою впорядкування та налагодження грошового обігу.

Антиінфляційна політика - комплекс заходів державного регулювання економіки, спрямованих на боротьбу з інфляцією. Історично сформувались два основних шляхи такої політики: дефляційна політика (регулювання попиту) та політика доходів.

Дефляційна політика базується на методах обмеження грошового попиту через грошово-кредитний та податковий механізми шляхом зниження державних видатків, підвищення відсоткової ставки за кредит, посилення податкового пресу, обмеження грошової маси тощо.

Політика доходів передбачає паралельний контроль над цінами та заробітною платою шляхом повного їх заморожування або встановлення меж їх росту. За соціальними мотивами цей вид антиінфляційної політики застосовується рідко.

В 2008 році Україна мала один з найбільш негативних соціально-економічних результатів у порівнянні з іншими країнами, що супроводжувався: відтоком капіталу; інфляцією (22,3%); від'ємним сальдо зовнішньої торгівлі; зростанням зовнішньої заборгованості

економіки при спадаючих розмірах резервів. У 2008 р. Україна стала чи не єдиною країною, де була висока інфляція і водночас здійснювалася ревальвація грошової одиниці. Тобто купівельна спроможність гривні на внутрішньому ринку знижувалась, а її валютний еквівалент зростав, тоді як у попередні роки в Україні, як і в багатьох інших країнах, девальвація грошової одиниці, як правило, наслідувала інфляцію.

У 2009 р. вплив інфляції на купівельну спроможність населення виявився найсильнішим за останні 10 років. Вперше з 1999 р. реальні доходи у 2009 р. скоротилися. При такому різкому зниженні купівельної спроможності і споживчого попиту мала б бути не інфляція, а дефляція. У багатьох країнах Західної і Центральної Європи так і сталось. Україна тим часом була в Європі лідером з інфляції. Не менш дивує і те, що високий урожай в Україні у 2008-2009 рр. чомусь послужив чинником не зниження, а підвищення інфляції. Україна мала найвищу продовольчу інфляцію в Європі і навіть значно вищу, ніж Росія, Литва, Естонія і Казахстан.

Макроекономічне середовище 2010 року і початку 2011 року виявилось кращим, ніж прогнозували вітчизняні експерти та міжнародні фінансові інститути. Вперше з 2004 року інфляція зменшилася до рівня однозначного числа. "9,1% (рівень інфляції, - ред.) за 2010 рік. Інфляція в Україні за 6 місяців 2011 р. склала 5,9%.

Важливе значення у подоланні інфляції має активна структурна політика у сфері власності, інвестицій, доходів та цін. Її метою має бути створення умов для реального товарного забезпечення грошей, ефективного функціонування саме національних товаровиробничих структур. Інфляція настільки деформувала всі фази відтворення сукупного суспільного продукту в Україні, що нині стала найнебезпечнішою загрозою для збереження державності. Боротьба з інфляцією з метою її зниження чи повного знищення потребує значних сил і матеріальних витрат і може бути приборкана лише в результаті оперативного застосування комплексу заходів в усіх сферах господарського і суспільного життя.

*Строкова А.М.*

## **ОРГАНІЗАЦІЯ СИСТЕМИ НАВЧАННЯ ПЕРСОНАЛУ В СУЧАСНИХ ЕКОНОМІЧНИХ УМОВАХ**

Система професійного розвитку персоналу на підприємстві спрямована на приведення рівня кваліфікації працівників у відповідність до вимог виробництва, оптимальне задоволення особистих інтересів працівників, пов'язаних із самореалізацією, підвищення ефективності їх праці, забезпечення на цій основі конкурентоспроможності товарів (робіт, послуг). Система включає в себе: професійне навчання персоналу; атестацію персоналу, який згідно з класифікацією професій належить до відповідних професійно-посадових категорій; сертифікацію персоналу; формування резерву керівників підприємств, установ та організацій.

Під професійним навчанням розуміється процес безпосередньої передачі нових професійних навиків і (або) знань співробітниками організації. В сучасних організаціях професійне навчання представляє собою комплексний неперервний процес, який включає в себе кілька етапів.

Першим етапом професійного розвитку є атестація, яка здійснюється за наказом (розпорядженням) керівника, яким затверджується склад атестаційної комісії, графік її проведення, що доводиться до відома працівників не пізніше ніж за два місяці до проведення атестації. Залежно від кількості працівників і специфіки виробництва може утворюватись декілька комісій [1].

Наступним етапом системи професійного навчання персоналу на підприємстві є сертифікація персоналу, яка проводиться з метою: створення сприятливих умов для успішної діяльності підприємства, на внутрішньому та зовнішньому ринку, а також для участі в міжнародному економічному і науково-технічному співробітництві та міжнародній торгівлі за рахунок випуску конкурентоспроможної продукції чи надання якісних послуг на основі високої кваліфікації персоналу; впровадження ефективної системи оцінки персоналу для забезпечення його професіоналізму відповідно до вимог міжнародних стандартів якості продукції.

Підприємство самостійно обирає форму професійного навчання відповідно до умов і цілей навчання та чисельності осіб, яких необхідно навчати [2]. Для професійного навчання



кадрів на виробництві застосовуються такі його види: первинна професійна підготовка працівників; перепідготовка працівників; підвищення кваліфікації працівників; підвищення кваліфікації керівників та фахівців.

Основними проблемами, що нині ускладнюють організацію підприємствами професійного навчання персоналу на підприємстві, на думку багатьох дослідників, в зазначеній сфері є [3]: обмеженість фінансування витрат на проведення професійного навчання на виробництві з боку підприємств, недостатня зацікавленість роботодавців щодо вкладання коштів у професійне навчання.

Оцінка ефективності навчання розглядається з позиції повернення інвестицій в навчання. Вкладення коштів в розвиток персоналу вже розуміють як інвестиції в майбутнє, проте топ-менеджмент підприємства вимагає від фахівців по управлінню персоналом представити докази віддачі від цих інвестицій. В цих умовах на перший план виходить проблема оцінки ефективності навчання персоналу.

Повернення вкладених коштів у навчання створює підприємству конкурентну перевагу, яка відрізняє її від конкурентів завдяки стійкими відмітними якостями, або більш високою продуктивністю і як наслідок більш низькою собівартістю. Таким чином, в умовах ринкової економіки ефективним може бути названо навчання, яке є раціональним рішенням проблеми підприємства.

Підводячи підсумок розгляду такої важливої проблеми, як навчання персоналу, особливу увагу слід звернути на ті самі важливі умови, облік яких сприятиме підвищенню віддачі на кожну гривну, вкладену в навчання. По перше, ефективне навчання всіх категорій персоналу неможливе без діяльної підтримки вищого керівництва. По друге, Підготовка і проведення навчання персоналу вимагає якомога більш повного обліку організаційних умов, здатних вплинути на його результати, і визначення шляхом підвищення віддачі від навчання. По третє, чим більш ретельно будуть визначені потреби в навчанні персоналу, тим краще зміст і форми навчання будуть співвіднесені з метою і задачами підприємства.

Висока віддача від навчання можлива лише в тому випадку, якщо підприємство триматиме під постійним контролем питання, пов'язані з ефективністю навчання своїх співробітників.

#### **Список використаних джерел:**

1. Иглин В.А. Проблемы развития профессиональной подготовки кадров на производстве/ В.А Иглин // Управление персоналом. – 2008. – №3. – С. 25-29.
2. Пукас Г.К. Организация и методика производственного обучения рабочих / В. А Глин// Днепрпетровск: Днепрпетровск, 2007. – 305с.
3. Шекшня В.С. Управление персоналом современной организации/ В. С Шекшня. – М.: «Москва», 2010. – 300с.

**Томілін А.А.**

### **СУТНІСТЬ СОЦІАЛЬНОГО ЗАХИСТУ, ЙОГО ПРИНЦИПИ, МЕТОДИ, НАПРЯМКИ**

Соціальне забезпечення (соціальний захист) — система суспільно-економічних заходів, спрямованих на матеріальне забезпечення населення від соціальних ризиків (хвороба, інвалідність, старість, втрата годувальника, безробіття, нещасний випадок на виробництві тощо).

Соціальний захист в Україні має такі складові частини:

А) Соціальне страхування — захист громадян від соціальних ризиків, що впливають на їх працездатність: хвороба, каліцтво, старість, та інші випадки, передбачені законом;

Б) Соціальна допомога — різні види соціальних виплат, дотацій, пільг, субсидій, що надаються особам, які потребують соціального захисту.

В) Соціальна справедливість (соціальна солідарність) — компенсація впливу непередбачуваних негативних явищ, таких як техногенні катастрофи чи природні стихійні лиха.

Національні системи соціального захисту сформувалися з урахуванням специфіки економічного, соціального й культурного розвитку країн. Однак, попри відмінності в шляхах розвитку й особливостях організації, якості й обсязі послуг, а також у методах фінансування, всі системи соціального захисту функціонують на основі єдиних принципів:

1) Принцип соціального страхування, згідно з яким фінансування механізмів соціального захисту здійснюється за рахунок страхових внесків членів страхового об'єднання, які при настанні страхового випадку отримують страхові виплати. Фінансування виплат по соціальному страхуванню також може частково здійснюватися за рахунок державних дотацій або кредитів. Соціальний захист і соціальна справедливість забезпечуються тим, що громадяни мають вільний доступ до системи соціального страхування (на відміну від добровільного страхування), незалежно від наявності у них соціальних ризиків (похилий вік, хронічна хвороба, інвалідність тощо) і ступеня ймовірності цих ризиків. Це надає соціальному страхуванню суспільної значимості й обумовлює обов'язковість участі громадян в системі соціального страхування;

2) Принцип соціального забезпечення. На відміну від принципу соціального страхування, принцип соціального забезпечення передбачає надання соціального захисту іншим категоріям населення (державні службовці, військові, діти-сироти тощо) і фінансування таких соціальних видатків за рахунок податкових надходжень у бюджет. На основі цього принципу відбувається фінансування державної соціальної політики, в тому числі програм в галузі охорони здоров'я, середньої та вищої освіти.

3) Принцип допомоги. Згідно з цим принципом, людина, яка потрапила в скрутне становище і не може самостійно з нього вийти, може звернутись по допомогу до відповідних інстанцій і розраховувати на соціальний захист (соціальні виплати, соціальні послуги) в об'ємі, достатньому для подолання проблем, що зумовили звернення по допомогу. Так само, як і принцип соціального забезпечення, даний принцип передбачає фінансування соціальних видатків за рахунок податкових надходжень до бюджету;

4) Принцип соціальної солідарності. Даний принцип передбачає взаємну допомогу всіх учасників системи соціального захисту. Така взаємодопомога реалізується у вигляді перерозподілу коштів між різними соціально-економічними та соціально-демографічними групами населення. Можна виділити три складові цього принципу:

-- соціальна солідарність забезпечується об'єднанням різних ризиків при однакових страхових внесках (саме тут присутній зв'язок із правилом перерозподілу принципу соціального страхування);

-- соціальна солідарність передбачає інтертемпоральний (міжчасовий) перерозподіл. Мова йде про так званий договір поколінь, згідно з яким відбувається перерозподіл прибутків від працездатних молодих до непрацездатних старих членів суспільства;

-- соціальна солідарність є основою інтерперсонального (міжособистісного) перерозподілу. В даному разі перерозподіл прибутків здійснюється:

- між найбагатшими й найбіднішими соціальними групами;
- безпосередньо між застрахованими суб'єктами;
- між застрахованими й незастрахованими учасниками системи соціального захисту.

Сучасні системи соціального захисту охоплюють весь життєвий цикл людини, передбачаючи заходи захисту її добробуту від народження до смерті. Поряд із соціальним страхуванням і соціальною допомогою таким заходом є сімейна політика: захист прав дитини, матеріальна підтримка сімей з дітьми, рання імунізація, сприяння освіті, соціальна робота в неблагополучних сім'ях і соціальне обслуговування дітей-інвалідів. Активна політика на ринку праці сприяє ефективній зайнятості працездатного населення. Так звана гендерна політика спрямована на усунення дискримінації за ознакою статі, забезпечення реальної рівноправності жінок.

#### **Список використаних джерел:**

1. Адамчук В.В., Романов О.В., Сорокіна І.Е. Економіка и социология труда. — М.: ЮНИТИ, 2001. — 407 с.
2. Ананьїн В. О., Ковальчук С. С. Концептуальні основи безпеки сучасної держави // Економіка і управління. — 2009. — №4. — С. 56-78.
3. Барановський О. Визначення показників економічної безпеки. // Економіка — Фінанси. Право. — 2009. — №8. — С.14 — 16.
4. Воробйов Є.М., Гриценко А.А., Лісовицький В.М., Соболев В.М. Економічна теорія. Харків, Київ: ТОВ "Карвін", 2009.- 704 с.

Усаєнко А.В.

**ІНВЕСТИЦІЙНИЙ КЛІМАТ УКРАЇНИ: ПОНЯТТЯ ТА СУЧАСНИЙ СТАН**

Сприятливий інвестиційний клімат є важливим фактором залучення інвестицій для структурної перебудови економіки, впровадження інноваційних розробок, нарощування основних фондів підприємств, поліпшення життєвого рівня населення та швидкого економічного зростання держави. Іноземні інвестори при ухваленні рішення про залучення інвестиційного ресурсу насамперед враховують інвестиційний клімат країни. Тому його покращення на сучасному етапі є найважливішим завданням для України, що і обумовлює актуальність теми дослідження [2].

Метою дослідження є розкриття поняття «інвестиційний клімат» і аналіз сучасного стану інвестиційного клімату України.

Проблеми інвестиційної діяльності, інвестиційного клімату, потенціалу, та ролі держави у регулюванні інвестиційних процесів активно досліджують такі вітчизняні науковці: І. Бобков, І. Бланк, Н. Єрмошенко, С. Абрамов, М. Герасимчук, І. Лукінова, А. Пересада та багато інших. Зарубіжний погляд на дослідження проблеми інвестиційного клімату простежується у працях Р. Барроу, М.Джонка, Х. Лебенстайна, Р. Нурксе, У. Шарпа. Перспективними напрямками досліджень є пошуки спроб описати інвестиційний клімат, як функцію від певної системи визначених і обґрунтованих факторів, детальніший аналіз окремих із них, з акцентуванням особливої уваги на мало досліджених, аналіз динаміки інвестиційного клімату на різних рівнях.

На сьогоднішній день в економічній науці відсутнє єдине визначення терміну «інвестиційний клімат». Найбільш вдалим є трактування інвестиційного клімату як сукупності політичних, економічних, юридичних факторів і умов регулювання інвестиційної діяльності, які визначають ступінь ризику інвестицій та можливість їх ефективного використання. Тому, інвестиційний клімат формується на значущих чинниках, ключовими з яких є:

- 1) політико-правові (особливості законодавства, що стосується інвестування, його стабільність, політична ситуація в країні та ефективність роботи управлінського апарату);
- 2) економічні (економічна стабільність, темпи інфляції, конвертованість національної валюти, послідовність і цілеспрямованість податкової та грошової політики);
- 3) соціально-культурні (економічна культура, ділова практика, місцеві звичаї) [3].

В Україні існує ряд передумов для залучення інвестицій:

- вона становить один з найбільших ринків в Європі, який характеризується великим, з точки зору природних і людських ресурсів, потенціалом, що, у свою чергу, значно підвищує інтерес до неї з боку світових ТНК, яким для збільшення своїх капіталів необхідно шукати нові ринки збуту товарів;
- доступ до стратегічних ринків, зокрема, ЄС — одного з найбільших світових ринків; Росії — найбільш динамічного світового ринку; сусідство із Середнім Сходом;
- інтерес інвесторів до гірничодобувної промисловості, сільського господарства, хімічної промисловості та металургії може бути використаний для залучення коштів у ці найперспективніші галузі.

На розвиток економіки України впливає внутрішньополітичний стан, який стримує інвестиційну активність і створює невизначеність стосовно перспектив розвитку країни. Цим обумовлюється необхідність формування стабільного уряду, здатного прискорити реформування української економіки, яке супроводжуватиметься реалізацією соціальних програм з працевлаштування, але нажалі сьогоднішня ситуація показує, що чвари уряду не збагачують країну, а навпаки розкрадають її. Політична нестабільність гальмує вкладання коштів в українську економіку як вітчизняних так і зарубіжних інвесторів. Постає питання: наскільки наша політична еліта усвідомлює ті локальні й глобальні виклики, перед якими постала країна?.

На сьогоднішній день, попит на іноземні інвестиції у світі в цілому значно перевищує їхню пропозицію. Тому поява України на світовому інвестиційному ринку передбачає боротьбу за залучення цих капіталовкладень[4].

Окрім того, важливою проблемою є наявність великої кількості інвестиційних ризиків. Інвестиційний ризик — це імовірність збільшення витрат, зменшення доходів і прибутків від інвестиційної діяльності, а також можливість втрати всього інвестованого капіталу. До основних інвестиційних ризиків поліпшення інвестиційного клімату в Україні належать наступні: високий рівень політичних ризиків спричинений існуванням політичної нестабільності в суспільстві, правовий ризик зумовлено високим рівнем корупції в суспільстві, відсутність ефективної судової системи й верховенства закону, економічний ризик позначається у нестачі внутрішнього інвестування як в економіці в цілому, так й у її окремих галузях, високий ризик виявляється у недостатньому рівні розвитку фінансового ринку, наявність банківського ризику зумовлено ступенем невизначеності, що пов'язано з неплатоспроможністю банків і невиконанням ними зобов'язань перед зовнішніми кредиторами у випадку зміни курсу національної валюти або падіння вартості внутрішніх активів [5].

Отже, можемо зробити висновок, що інвестиційний клімат є несприятливим через політичну та економічну нестабільність, криміногенну ситуацію в державі, недосконалу податкову систему, відсутність належних гарантій інвесторам, корупцію, низький рівень використання новітніх технологій та конкурентоспроможності вітчизняних товарів, який відвертає увагу іноземних інвесторів і значно перевищує значимість багатих природних ресурсів, науково-технологічного потенціалу, кваліфікованої і відносно дешевої робочої сили та інших факторів в очах іноземних інвесторів, які перш за все керуються власними інтересами і ставлять собі за мету отримати максимальний прибуток. Тому Україна має зробити все можливе для того, щоб покращити своє загальне становище і зайняти гідне місце розвинутої європейської держави на ряду з провідними країнами світу.

#### **Список використаних джерел:**

1. Господарський Кодекс України від 16.01.2003 №436-IV // zakon.rada.gov.ua
2. Савчук Н. Стан інвестиційного клімату України та напрями його покращення/Н. Савчук//Науковий вісник.-2011.-№8
3. Інвестиційний клімат в Україні та шляхи його покращення [Електронний ресурс]: Режим доступу: <http://nauka.kushnir.mk.ua>
4. Напрямки поліпшення інвестиційного клімату в Україні [Електронний ресурс]: Режим доступу: <http://www.rusnauka.com>
5. Інвестиційний клімат в Україні: основні напрями поліпшення [Електронний ресурс]: Режим доступу: <http://www.rusnauka.com>

**Федотов С. О.**

### **ОРГАНІЗАЦІЯ СИСТЕМИ ОПЛАТИ ПРАЦІ ЯК ІНСТРУМЕНТ МОТИВАЦІЇ**

Добробут суспільства визначається рівнем добробуту кожного його громадянина. Доходи значної частини населення не досягають прожиткового мінімуму, що негативно відбивається на соціальному самопочутті, психічному і фізичному здоров'ї людей. При цьому розрив у рівні доходів найбільш і найменш забезпечених груп населення досягнув критичного рівня. Це суттєво гальмує процеси соціальної трансформації українського суспільства, створення середнього класу, котрий у розвинених країнах є гарантом соціально-політичної стабільності, головною продуктивною силою суспільства. Україна лише тоді стане сучасною демократичною державою з розвинутою економікою і культурою, коли у складі українського середнього класу будуть не лише бізнесмени і комерсанти, але й учені, лікарі, працівники освіти, культури, інженерно-технічні працівники, кваліфіковані робітники, трудові доходи яких дозволять забезпечити високі життєві стандарти та якість життя.

Політика доходів в умовах перехідного періоду повинна спрямовуватися на розв'язання подвійного завдання: подолання надмірної диференціації доходів різних соціальних груп і зростання реальних доходів більшості українських громадян. Головним інструментом реалізації даного завдання є реформа системи оплати праці, оскільки заробітна плата є основним джерелом доходу численної групи робітників найманої праці і її рівень визначає розмір пенсій, різних допомог та соціальних виплат іншим категоріям населення.

Лише високооплачувана праця зацікавлює робітника у підвищенні її якості, стимулює науково-технічний і технологічний прогрес. При цьому під високою

розуміти не номінальне зростання заробітної плати за рахунок знецінення грошових коштів, а таку її вартість, що забезпечує високий рівень життя. Працею створюється матеріальна і духовна культура суспільства. У загальному розумінні мотивація - це сукупність рушійних сил, які спонукають людину до виконання певних дій. Ці сили можуть мати як зовнішнє, так і внутрішнє походження і змушувати людину свідомо чи несвідомо робити ті чи інші вчинки.

Термін «мотив» походить від латинського «movere», що означає «приводити в рух», «штовхати». Мотив в економічній літературі трактується по-різному, але найчастіше як усвідомлене спонукання до дії. З різних поглядів на сутність мотивів найбільш плідним є, на наш погляд, той, у якому мотив розглядається у контексті відображення і вияву потреб. Тісний взаємозв'язок мотивів і потреб пояснюється передовсім схожістю сутностей. Потреби людини - це нестача чогось, мотиви - це спонукання людини до чогось. Мотиви з'являються майже одночасно з виникненням потреб і проходять певні стадії, аналогічні стадіям формування потреб.

Мотивація як сукупність рушійних сил, що спонукають людину до виконання певних дій, як усвідомлене прагнення до певного типу задоволення потреб, до успіху є ніби "локомотивом" трудової активності працівників, а відтак здатна значно вплинути на соціально-економічний розвиток.

Вивчення проблем мотивації трудової діяльності має теоретичне і практичне значення. Від того, як розуміє людина свою трудову діяльність і якими мотивами керується, залежить її ставлення до роботи. Тому вивчення, розуміння внутрішніх механізмів мотивації праці дає змогу виробити ефективну політику в сфері праці й трудових відносин, створити "режим найбільшого сприяння" для тих, хто прагне до продуктивної праці.

Провідна роль у процесі мотивації належить потребам людини, які в "укрупненому" вигляді можуть бути представлені як сукупність трьох основних груп: матеріальних, трудових і статусних. Тому і мотивацію правомірно розподіляти на матеріальну, трудову й статусну.

Мотивація трудової діяльності не може бути дієвою без задоволення матеріальних потреб, задіяння матеріального інтересу працівників. Підвищення значення трудових і статусних мотивів (перші з них породжуються роботою, тобто її змістом, умовами, організацією трудового процесу, режимом праці тощо, а другі - прагненням людини зайняти вищу посаду, виконувати складнішу, відповідальнішу роботу, працювати у сфері діяльності (організації), яка вважається престижною, суспільно значущою, а також прагненням до лідерства у колективі, якомога вищого і неофіційного статусу) не означає абсолютного зниження ролі матеріальних мотивів і стимулів. Вони, як і раніше, залишаються важливим каталізатором, здатним істотно підвищити трудову активність та сприяти досягненню особистих цілей і цілей організації.

Які б не були погляди на трудову мотивацію, навряд чи можна заперечувати, що система оплати праці (винагорода; компенсація співробітникам їх трудовитрат) грає виключно важливу роль у залученні, мотивації і збереженні персоналу в організації. Значимість цієї ролі особливо зросла останнім часом. Впровадження нових технологій призводить до того, що людина стає як би над виробничим процесом, керуючи їм за допомогою комп'ютерних пристроїв і інформаційних систем. При цьому процес прийняття рішення відбувається в умовах багатопараметричної та багатокритеріальної постановки завдання.

Доля виробництва залежить від того, наскільки оптимальні прийняті людиною рішення. Величезне значення набуває не тільки кваліфікація людини, його рівень розвитку, який необхідний для вирішення творчих завдань, висунутих сучасними технологіями, але і його ставлення до праці, бажання максимально реалізувати свої творчі здібності.

Неефективна система оплати праці може викликати в працівників незадоволеність (як розміром, так і способами визначення і розподілу винагороди), що завжди тягне за собою зниження продуктивності праці, падіння якості, порушення дисципліни, плинність кадрів. Незадоволені системою оплати праці співробітники можуть вступити у відкритий конфлікт з керівниками організації, припинити роботу, організувати страйк. Навпаки, ефективна система оплати праці стимулює продуктивність працівників, направляє їх діяльність для реалізації організаційних цілей. Це ключова установка у визначенні мети системи оплати праці.



Отже, мотивація праці - це складне і багатопланове явище, яке потребує всебічного вивчення. На поведінку людини в процесі трудової діяльності впливає комплекс чинників-мотиваторів, що спонукають до діяльності: зовнішніх (на рівні держави, галузі, регіону, підприємства) і внутрішніх (складових структури самої особистості працівника - потреби, інтереси, цінності людини, пов'язані з ними та соціокультурним середовищем особливості трудової ментальності тощо).

**Список використаних джерел:**

1. Базилевич В. Д. Макроекономіка: підручник/ В. Д. Базилевич; Знання.-К, 2009. – С.245-247.
2. Базилінська О. Я. Макроекономіка: Навчальний посібник для студентів вузів/ О. Я. Базилінська; Центр навчальної літератури.- К., 2008. – С.42-45
3. Богиня Л.І. Мотивація праці в ринковій економіці/ Л. І. Богиня, І. І. Долгова.- К.: Інститут економіки України, 2010. – С. 97-98.

**Філімонов Г.**

**ПОНЯТТЯ, ЗМІСТ ТА КЛАСИФІКАЦІЯ АДМІНІСТРАТИВНИХ ПРОЦЕДУР У СФЕРІ ОФОРМЛЕННЯ ДОРОЖНЬО-ТРАНСПОРТНИХ ПРИГОД**

Автомобілізація є безперечним завоюванням науково-технічного прогресу, закономірним досягненням цивілізації, без якого неможливо уявити сучасне суспільство. В Україні кількість транспортних засобів неухильно зростає і нині автомобільний парк країни складає понад 15 млн. одиниць. Посилення інтенсивності руху на автошляхах з особливою гостротою ставить перед державою проблему забезпечення його безпеки і, водночас, забезпечення прав усіх учасників дорожнього руху. Саме тому питання поняття, змісту та класифікації адміністративних процедур у сфері оформлення дорожньо-транспортних пригод набувають зараз особливо актуального значення.

Питання, які так чи інакше стосуються здійснення оформлення ДТП, були предметом наукового дослідження таких учених, як О.В. Берест, Ю.Л. Бриндіков, В.В. Єгупенко, В.А. Кашканов, М.П. Климчик, Н.І. Кожуховська, О.Л. Міленін, О.М. Мойсюк, А.М. Подоляка, О.Ю. Салманова, Л.І. Сопільник, М.М. Стецька, Я.І. Хом'як та ін. Проте, вони розкрили лише окремі аспекти стосовно адміністративно-правових засад оформлення ДТП, не здійснили комплексний аналіз у зазначеній сфері, тож доречно торкнутись ще раз цієї нагальної проблематики.

Забезпечення прав свобод та законних інтересів фізичних і юридичних осіб засобами адміністративного права неможливе без врегулювання процедурного аспекту відносин публічної адміністрації з об'єктами публічного управління. Процедури адміністративно-правового регулювання займають центральне місце у тих випадках, коли відбувається спільна публічна діяльність людей для досягнення певних цілей.

Процедурна діяльність публічної адміністрації з використанням владних повноважень обов'язково здійснюється з метою забезпечення публічних інтересів. Адміністративні процедури застосовуються виключно у публічній сфері. За допомогою адміністративних процедур адміністративній діяльності надається правова форма.

Правові процедури адміністративної діяльності підрозділів Державтоінспекції врегульовані в чинних нормативних правових актах не повністю, фрагментарно, а процедури розгляду цими органами деяких категорій підвідомчих їм адміністративних справ взагалі не встановлені. Одна з особливостей загальнообов'язкових правил, які діють у сфері забезпечення безпеки дорожнього руху, полягає в тому, що переважна більшість з них має підзаконний характер [1, с. 18-19].

Виходячи із теоретичних позицій вважаємо, що адміністративні процедури у сфері оформлення ДТП доцільно розглядати у двох аспектах:

по-перше, як зведені у систему розрізнені адміністративні процедури, що знайшли формальне вираження в чинних нормативно-правових актах в яких регулюються засади і порядок оформлення ДТП;

по-друге, як доктринальні положення, відповідно до яких здійснюється адміністративна діяльність.

вітчизняного законодавства до вимог системи права Європейського Союзу іншими словами шляхи удосконалення оформлення ДТП в Україні (новітні перспективні процедури оформлення ДТП).

При цьому треба пам'ятати, що процедурна діяльність публічної адміністрації у сфері оформлення ДТП з використанням владних повноважень обов'язково здійснюється з метою забезпечення публічних інтересів – забезпечення права осіб, які постраждали в ДТП на життя і здоров'я, охорони права власності та забезпечення публічного інтересу держави і суспільства в цілому (забезпечення безаварійного та безперешкодного руху транспортних засобів). Тим самим адміністративні процедури при оформленні ДТП носять виключний публічний характер. За допомогою адміністративних процедур у сфері оформлення ДТП адміністративній діяльності суб'єктів публічної адміністрації, які оформлюють ДТП надається правова форма.

Отже провідною ознакою адміністративної процедури у сфері оформлення ДТП є її публічний зовнішній та індивідуальний характер, оскільки оформлені матеріали стосується конкретних фізичних або юридичних осіб – учасників ДТП, що вступають у стосунках з органами публічної адміністрації, забезпечують в цілому публічний інтерес держави і суспільства.

При цьому у більшості випадків суб'єкт публічної адміністрації, який здійснює оформлення ДТП діяти щодо учасників ДТП (об'єктів публічного управління) владно не вправі – він є зобов'язальним перед ними і має здійснити всіх передбачених своєю компетенцією заходів для вирішення законних інтересів учасників ДТП. Хоча в цьому процесі є і виключення, так працівники ДАІ при оформленні ДТП зобов'язані скласти протокол про адміністративні правопорушення на осіб, які винні у порушення ПДР, що привели до скоєння ДТП.

Важливим з погляду забезпечення прав і законних інтересів особи є рівень урегульованості адміністративної процедури оформлення ДТП. За загальним правилом, адміністративна процедура оформлення ДТП повинна здійснюватись просто, швидко та доцільно.

Що стосується системи розрізнених процедур, які знайшли формальне вираження в численних діючих нормативно-правових актах, то, на слушну думку І.Б. Коліушко, практично предмет регулювання діючого вітчизняного законодавчого зводиться до проваджень у справах: 1) за заявами фізичних та юридичних осіб, зокрема з надання адміністративних послуг; 2) за ініціативою публічної адміністрації, зокрема в порядку здійснення контрольних повноважень щодо фізичних та юридичних осіб; 3) за скаргами фізичних та юридичних осіб на рішення, дії та бездіяльність суб'єктів публічної адміністрації [2].

В свою чергу на думку Р.С. Калініна класифікація адміністративних процедур може бути здійснена за такими критеріями: 1) за функціональним призначенням – на функціональні та організаційні; 2) за наявністю чи відсутністю спору у відносинах – на юрисдикційні та неюрисдикційні; 3) за суб'єктами ініціативи – на заявні та втручальні; 4) за порядком здійснення адміністративної процедури – на звичайні та спрощені [3].

Важливими складовими (елементами) адміністративних процедур і відповідно адміністративного процесу в цілому є процесуальні стадії, етапи, процесуальні дії, здійснення яких визначається логікою процесуальної діяльності. Саме вони визначають послідовність вчинення дій при вирішенні конкретних адміністративних справ.

В свою чергу у відповідності до проекту Закону України від 29 квітня 2004 р. «Адміністративно-процедурного кодексу України» адміністративне провадження здійснюється за такими стадіями: 1) початок адміністративного провадження; підготовка адміністративної справи до розгляду; розгляд адміністративної справи; прийняття адміністративного акта; звернення до виконання адміністративного акта [4].

Отже, у сфері оформлення ДТП є необхідність виділення чотирьох процедур оформлення ДТП, які мають різну юридичну природу – свій специфічний предмет і метод адміністративно-правового регулювання:

- 1) адміністративна процедура оформлення ДТП працівниками ДАІ МВС;
- 2) адміністративна процедура оформлення ДТП в якій є загиблі чи особи, що отримали тілесні ушкодження;
- 3) адміністративна процедура оформлення ДТП, без працівників ДАІ МВС;

4) адміністративна процедура оскарження матеріалів ДТП.

Отже, адміністративна процедура при здійсненні ДТП – це установлений законодавством України порядок провадження, стадій, етапів та дій суб'єктів публічної адміністрації, спрямовані на забезпечення права та життя і здоров'я потерпілих в результаті ДТП, охорони їх права власності, забезпечення публічного інтересу держави і суспільства – безаварійного і безперешкодного руху транспортних засобів.

**Список використаних джерел:**

1. Владні повноваження Державної автомобільної інспекції Міністерства внутрішніх справ України: проблеми теорії та практики реалізації у сфері забезпечення безпеки дорожнього руху: автореф. дис... канд. юрид. наук: 12.00.07 [Електронний ресурс] / М.А. Микитюк; Львів. держ. ун-т внутр. справ. — Л., 2008. — 20 с.

2. Берест О.В. Службово-бойова діяльність підрозділів Державтоінспекції МВС України щодо забезпечення прав учасників дорожнього руху: автореф. дис. ... канд. юрид. наук : 21.07.05 [Електронний ресурс] / О. В. Берест; Нац. акад. внутр. справ. — К., 2011. — 20 с. — укр.

3. Луцюк П.П. Розслідування порушень правил безпеки дорожнього руху або експлуатації автотранспортних засобів: автореф. дис... канд. юрид. наук: 12.00.09 [Електронний ресурс] /; Київ. нац. ун-т внутр. справ. — К., 2007. — 16 с. — укр.

4. Указ Президента України №1121 «Про невідкладні заходи із забезпечення безпеки дорожнього руху» від 20.11.2007 р. - 14 листопада 2012. – Режим доступу: [http://search.ligazakon.ua/l\\_doc2.nsf/link1/MVS391.html](http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/MVS391.html) – Назва з екрану.

*Хо Ві Лінг Хунг*

## **ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ У РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНИХ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Поняття "зовнішньоекономічна діяльність підприємства" з'явилося в СРСР в 1986 р. в контексті загальної спроби реформувати адміністративно-командну систему економіки.

Одним із перспективних напрямів створення конкурентно – ринкового середовища на нашу думку є розвиток малого підприємництва.

Сьогодні цілком очевидно, що успіх ринкових перетворень великою мірою визначатиметься тим, як вдасться реалізувати потенціал малого підприємництва. Об'єктивними перевагами сучасної ринкової економіки є ефективно і переважно раціональне використання виробничих ресурсів, динамізм, конкурентність, високі адаптаційні властивості науково – технічного прогресу.

Малі підприємства в Україні у своїй діяльності стикаються з великими труднощами. Головна проблема малих підприємств — недостатня ресурсна база як матеріально-технічна, так і фінансова.

Процес розвитку малого підприємництва в українській державі особливо актуальний у сьогоденні. В умовах відносної фінансової напруги з-за кордону, політичної не стабільності в цілому, малий бізнес виступає одним із засобів вирішення багатьох соціально-економічних завдань. Він сприяє послабленню монополістичних тенденцій шляхом розвитку внутрішньогалузевої конкуренції у національній економіці.

Особлива роль малих підприємств полягає у підтримці і розвитку деяких галузей, зокрема, торгівлі, послуг та громадського харчування. За часів командної економіки галузі розвивалися надзвичайно слабо, оскільки держава акцентувала свою увагу на великому виробництві. Деформацію галузевої структури національної економіки можна значною мірою виправити за допомогою ефективного малого приватного бізнесу.

Однак, не зважаючи на всі позитивні зрушення, мале підприємництво стикається з великою кількістю перешкод. Його розвиток відбувається нерівномірно, хаотично та суперечливо, йому не приділяють належної уваги державні органи: програми підтримки є декларативними, немає узгодженості у діях центральної та місцевої влади, слабк афінансова допомога, тощо.

Процес становлення малого приватного бізнесу в економіці України потребує подальшого ґрунтовного дослідження. Ця тема особливо актуальна сьогодні, коли процес



супроводжують становлення підприємництва, ще недостатньо вивчені. Західна економічна наука поглиблено вивчає мале підприємництво уже не одне десятиліття. Вітчизняні економісти тільки розпочали дослідження цього явища в добу незалежності України.

Значний внесок у становлення та розвиток малого підприємництва в Україні робить міжнародна підтримка. Вона значно доповнює та компенсує заходи державної підтримки, особливо фінансової. Переважно сучасні програми допомоги складаються з таких головних напрямків: фінансового – виділення кредитів, грантів; інформаційно-консультативного консультування з різних питань ведення бізнесу та надання необхідної ділової інформації; навчального – навчання підприємців основ ринкового господарства, методів міжнародної бухгалтерії, тощо.

Сьогодні в Україні діє кілька кредитних ліній. Умови позичання коштів є досить подібними: вони є однаковими щодо вимог застави і бізнес-планів та різняться за процентами і розмірами кредитів. Проте, зважаючи на умови міжнародного фінансування, зовсім небагато вітчизняних МП може скористатися їхніми кредитами. Фонди фінансування є дуже обмеженими, більшість МП не мають змоги забезпечити цінну заставу та виконати інші вимоги кредиторів.

Інвестиції міжнародних фондів у розвиток українського малого підприємництва у 3-7 разів менші, ніж у країнах Центральної та Східної Європи. Така ситуація зумовлена високим ступенем інвестиційного ризику в країні. За рівнем свободи бізнесу Україна має один і знайнижчих рейтингів серед країн Європи.

Інформаційно-консультаційна підтримка та навчальний напрямок представлені бізнес-центрами та бізнес-інкубаторами, які консультують МП з питань оподаткування, маркетингу, допомагають у пошуку джерел фінансування, партнерів за кордоном, підготовки бізнес-планів. Найвідоміші з них – Міжнародна Фінансова Корпорація, проект Нью-бізнес, Міжнародний корпус експертів-добровольців, Агентство з розвитку підприємництва за програмою TACIS та інші.

Міжнародна підтримка малого підприємництва в Україні є вагомим чинником зростання приватного сектору в країні, утвердження засад ринкового господарства та свободи підприємництва. Звичайно, що за наявних обсягів ще не усі малі підприємства можуть її отримати.

Однак важливим є те, що з кожним роком обсяги міжнародної допомоги зростають, що виявляється у появі нових бізнес-центрів та розширенні кредитних ліній. В умовах, коли держава не здатна повноцінно підтримати свій сектор малого бізнесу, ініціативу підтримки взяли закордонні та вітчизняні структури, які вже мають приклади успішної співпраці з малими підприємцями.

*Чернікова М.*

## **МІСЦЕ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ У РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ**

Останнім часом питання корпоративної культури, особливо у великих організаціях, дедалі більше привертає увагу теоретиків та практиків управління. Воно відносно нове і недостатньо висвітлене з наукової точки зору як в нашій країні, так і за кордоном. Корпоративна культура як напрям дослідження перетинається з такими науками, як менеджмент, соціологія, культурологія і психологія. З одного боку, це призводить до певних труднощів під час дослідження, а з іншого — дає змогу найповніше використовувати корпоративну культуру як інструмент ефективного управління підприємством, який дає змогу значно підвищити продуктивність праці, звести до мінімуму плинність кадрів.

На початку XXI століття успішні компанії характеризуються високим рівнем корпоративної культури, який формується у результаті зусиль, спрямованих на розвиток духу корпорації на благо усіх зацікавлених сторін. Словосполучення «корпоративна культура» вперше використав у XIX сторіччі у військовій термінології німецький фельдмаршал Мольтке, за допомогою якого він визначив відносини у офіцерському середовищі.

Глибоке дослідження елементів корпоративної культури потрібне як для сучасної управлінської науки, так і для практики використання цих ідей у діяльності.

Світовий досвід ведення господарства переконує, що впровадження в

відносини норм, дотримання яких створило б атмосферу єдності цілей кожного учасника управління, дає змогу досягати високих рівнів організації діяльності корпорації. Чим сильніша корпоративна культура, тим сильніша компанія, а потужна корпорація є важливою складовою стабільності економічного й громадського життя держави.

Підприємницька культура охоплює широкий спектр питань ділової етики та етикету. У кожній галузі чи сфері підприємницької діяльності існують свої правила поведінки, але майже у всіх конкретних випадках вони базуються на:

- чесності й законопослушності підприємця;
- забезпеченні високої якості й технічного рівня своєї продукції;
- забезпеченні безпеки праці;
- чесних і порядних відносинах з постачальниками, клієнтам партнерами по бізнесовій

діяльності.

Варто звернути увагу на те, що ділова етика (етика бізнесу) одночасно є і духовною, і економічною категорією. На думку зарубіжних підприємців, існують певні усталені етичні норми бізнесу котрих треба обов'язково дотримувати. Основні з них такі:

- найвища продуктивність і найбільший прибуток не повинні досягатися за рахунок завдання шкоди довкіллю;
- конкуренція має здійснюватися чесно, за встановленими правилами;
- необхідно, щоб техніка слугувала людині, а не навпаки;
- морально-етичні норми завжди мають перевагу перед економічними інтересами.

Висока культура підприємницької діяльності є неодмінною умовою досягнення значного господарсько-комерційного успіху підприємств. До основних передумов виховання високої культури підприємництва слід віднести:

- наявність позитивних прикладів;
- забезпечення молоді можливості ознайомлення з основами бізнесової діяльності, її привабливістю і корисністю для всіх верств населення ще у період професійного навчання;
- створення системи навчання й виховання, яка б сприяла розвитку підприємницьких нахилів протягом усього періоду формування особистості;
- наявність і постійна підтримка сімейних контактів і особистих знайомств з успішно працюючими бізнесменами.

На жаль, в українських наукових і ділових колах єдиної думки про корпоративну культуру і її значення поки ще немає. Також ми не можемо назвати повно-масштабних вітчизняних досліджень, присвячених її впливу на життєдіяльність підприємств. Але Україна — досить молода держава, і тому, описуючи ці процеси в нашій країні, можна опиратися лише на певні вибіркові дослідження.

Отже, корпоративна культура є системою найсуттєвіших припущень, які приймаються членами організації як аксіома і виражаються у конкретних цінностях, що визначають людям орієнтири їх поведінки.

*Черняк А. І.*

## **МІСЦЕ ЕКОНОМІЧНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ У СУЧАСНІЙ ГОСПОДАРСЬКІЙ СИСТЕМІ**

З переходом до постіндустріальної економіки зростає значення діяльності економічної організації, яка охоплює значну кількість ресурсів (праця, земля, капітал). Тому актуальним питанням для сьогодення є визначення сутності економічної організації, основних напрямів її діяльності та місця в економічній системі в цілому.

Вперше поняття організації як економічного феномена було використано для побудови своєї теоретичної концепції Альфредом Маршаллом. Відомий англійський вчений кінця XIX століття представив своє визначення неоднозначно, на трьох рівнях.

На першому рівні організація розглядається, як здатність приводити в порядок складні економічні організми (за аналогією з біологічними). Організація необхідна для досягнення високого рівня диференціації та комплексності економічних явищ, в основі її лежить розподіл праці. Вона сприяє підвищенню продуктивності, використуваних факторів виробництва.

На другому рівні він ототожнює поняття організації з поняттям промисловості або індустріальної організації. Тут аналізується вплив механізації праці та використання машин

На третьому рівні Маршалл досліджує роль підприємця а, отже, «Ділову організацію». В данному підході основним питанням стає порівняльна ефективність організаційних форм підприємницької діяльності [ 2, с.77].

Надалі економісти зверталися до поняття організації в основному на макрорівні (суспільно-економічна організація). У мікроекономічний аналіз воно було включено представниками неінституціоналізму.

Проблема існування економічної організації повинна розглядатися під іншим кутом зору, ніж ринок. Ефективність ринку і організації має різний механізм реалізації. Так, якщо ринок являє собою знеособлений процес обміну або передачі прав власності, то організація - це владний розподіл ресурсів, переваг і ціннісних орієнтирів всередині неї самої, отже, організація припускає існування певної ієрархії.

Отже, під економічною організацією можна розуміти систему соціальних відносин, що орієнтована на досягнення загальних цілей, володіє власними ресурсами, внутрішньою нормативною та статусною структурами, в рамках яких члени організації за відповідну винагороду виконують відведені їм функціональні ролі.

Необхідність господарської відокремленості та існування специфічних, відмінних від ринку установ (фірм або економічних організацій) була блискуче доведена Рональдом Коузом. Він підкреслював, що фірма виникає тоді, коли це дозволяє економити на трансакційних витратах, замінивши їх координаційними всередині організації.

Будь-яка економічна організація володіє наступними ознаками:

- 1) Загальна мета, не зводиться до індивідуальних цілей її членів;
- 2) Набір ресурсів і певний спосіб їх захисту;
- 3) Система офіційно затверджених норм поведінки та форм контролю за їх дотриманням;
- 4) Структура стійко відтворених статусів (ієрархія, постійне формальне керівництво);
- 5) Специфічний розподіл праці між своїми членами;
- 6) Наявність винагород і покарань за участь або (неучасть) у справах організації.

В економічній організації визначається і аналізується той факт, що угоди (контракти) полягають не тільки на ринку, але й поза ним. Це породжує необхідність вивчення способів економічної координації. На рівні макросистем в міновій економіці цю функцію виконує ринок, на рівні централізованого керованого господарства - макроекономічне планування. На мікрорівні систем співіснують різні форми координації [ 1, с.58].

Таким чином, економічна організація (фірма) виступає основною одиницею, де приймаються економічні рішення. Але на процес прийняття рішення впливає розподіл прав власності, тип контролю і економічної влади всередині організації. Крім того, на розвитку економічної організації позначається зовнішнє середовище, зокрема державна політика. Тому, ми вважаємо, що український уряд повинен всіляко сприяти покращенню умов функціонування вітчизняних економічних організацій, оскільки останні впливають на економічне зростання національної економіки.

#### **Список використаних джерел:**

1. Акулов В. Б. Фінансовий менеджмент / підручник В.Б. Акулов — К.: 2004. - №1 — 160 с.
2. Вольчик В.В. Теорія економічних організацій / підручник В.В Вольчик - К.: 2003. - 253 с.

**Шовкун І.С.**

### **ПРАВОВІ ЗАСАДИ ПІДТРИМКИ ТА ЗАХИСТУ ЕКОНОМІЧНОЇ КОНКУРЕНЦІЇ**

Актуальність теми дослідження полягає в тому, що Україна з кожним роком все більше залучається до світових господарських процесів, стає повноправним членом світового економічного співтовариства. Однак, навіть отримуючи доступ до закордонних ринків, вітчизняні підприємства виявляються неконкурентоспроможними через відсутність досвіду, неврегульованість законодавства, несталість господарських зв'язків. Ситуація ускладнюється й тим, що український бізнес втрачає свої позиції ще і на національних ринках, через прихід туди іноземних компаній, які мають відповідний досвід, фінансові ресурси та інші можливості.

В такій ситуації особливої актуальності набуває дослідження проблем конкурентоспроможності, і, в першу чергу, питань взаємовідносин держави та підприємства, як основи забезпечення конкурентних можливостей економіки.

Автори роботи «Проблеми конкурентоспроможності України: держава і підприємство» 2011р., Смирнов Є.М., Кістей О.В. виділяють чотири напрямки підтримки конкурентних переваг національних виробників: підтримка ресурсних, технологічних інноваційних й інформаційних переваг. Комплексне дослідження проблем конкурентоспроможності проводить також М.И. Гельвановский, який всю сукупність конкурентних переваг національної економіки умовно поєднує в три групи: ресурсні – володіння ресурсами особливої якості або кількості; операційні – характеристика ступеня або ефективності використання наявних ресурсів; стратегічні – наявність певної стратегії розвитку та її якість.

Функціонування ринкових відносин, в основі яких лежить багатокладна економіка, передбачає створення для суб'єктів господарювання рівних можливостей, їх змагальність, тобто здорову конкуренцію, яка належним чином впливає на стимулювання виробництва саме тих товарів, яких потребує споживач.

Закон України «Про захист економічної конкуренції» визначає правові засади підтримки та захисту економічної конкуренції, обмеження монополізму в господарській діяльності і спрямований на забезпечення ефективного функціонування економіки України на основі розвитку конкурентних відносин.[1]

Законодавство про захист економічної конкуренції ґрунтується на нормах, установлених Конституцією України і складається із Закону «Про захист економічної конкуренції», законів України "Про Антимонопольний комітет України", "Про захист від недобросовісної конкуренції", інших нормативно-правових актів, прийнятих відповідно до цих законів.

Якщо міжнародним договором, згода на обов'язковість якого надана Верховною Радою України, встановлено інші правила, ніж ті, що містяться у Законі «Про захист економічної конкуренції», то застосовуються правила міжнародного договору.

Так як особливості застосування законодавства про захист економічної конкуренції, зокрема щодо певних галузей промисловості, можуть бути встановлені виключно шляхом внесення змін до даного Закону, тому державна політика у сфері розвитку економічної конкуренції та обмеження монополізму в господарській діяльності, повинна бути направлена на здійснення заходів щодо демонополізації економіки, фінансової, матеріально-технічної, інформаційної, консультативної та іншої підтримки суб'єктів господарювання, які сприяють розвитку конкуренції, здійснюється уповноваженими органами державної влади, органами місцевого самоврядування та органами адміністративно-господарського управління та контролю. Державний контроль за додержанням законодавства про захист економічної конкуренції, захист інтересів суб'єктів господарювання та споживачів від його порушень здійснюються органами Антимонопольного комітету України.

Органи влади, органи місцевого самоврядування, органи адміністративно-господарського управління та контролю зобов'язані сприяти Антимонопольному комітету України у здійсненні його повноважень у сфері підтримки й захисту економічної конкуренції, обмеження монополізму та контролю за додержанням законодавства про захист економічної конкуренції.[3,36с.]

З метою однакового застосування норм законодавства про захист економічної конкуренції, в тому числі законодавства про захист від недобросовісної конкуренції, Антимонопольний комітет України дає рекомендаційні роз'яснення з питань застосування цього законодавства.

Зловживання монопольним становищем на ринку.

Законом України «Про захист економічної конкуренції», встановлено, що суб'єкт господарювання займає монопольне (домінуюче) становище на ринку товару, якщо:

- на цьому ринку у нього немає жодного конкурента;
- не зазнає значної конкуренції внаслідок обмеженості можливостей доступу інших суб'єктів господарювання щодо закупівлі сировини, матеріалів та збуту товарів, наявності бар'єрів для доступу на ринок інших суб'єктів господарювання, наявності пільг чи інших обставин.

Монопольним (домінуючим) вважається становище суб'єкта господарювання, частка якого на ринку товару перевищує 35 відсотків, якщо він не доведе, що зазнає значної

конкуренції.[5,134с.]

Монопольним (домінуючим) також може бути визнане становище суб'єкта господарювання, якщо його частка на ринку товару становить 35 або менше відсотків, але він не зазнає значної конкуренції, зокрема внаслідок порівняно невеликого розміру часток ринку, які належать конкурентам.

Зловживанням монопольним (домінуючим) становищем на ринку є дії чи бездіяльність суб'єкта господарювання, який займає монопольне (домінуюче) становище на ринку, що призвели або можуть призвести до недопущення, усунення чи обмеження конкуренції, зокрема обмеження конкурентоспроможності інших суб'єктів господарювання, або ущемлення інтересів інших суб'єктів господарювання чи споживачів, які були б неможливими за умов існування значної конкуренції на ринку.

Отже, в умовах теперішнього розвитку економіки України потрібно поставити конкретні цілі та завдання. На мою думку, перед державними органами влади мають бути поставлена не тільки мета щодо визначення чинників, що сприяють використанню Україною її конкурентних переваг та розвинення існуючих концепцій підвищення конкурентоспроможності із врахуванням особливостей перехідного періоду економіки тільки на папері (у формі нормативно-правових актів), але й реальне втілення їх у життя.

#### **Список використаних джерел:**

1. Закон України «Про захист економічної конкуренції» від 11.01.2001р. № 2210-III // Відомості Верховної Ради. - 2001.- № 12.- ст.64.
2. Багрова І.В. Структурні та фактори конкурентоспроможності / І.В.Багрова, О.Г.Нефедова// Науковий журнал «Вісник економічної науки України». – 2011р. – № 1(11). – с. 11–16.
3. Воронкова А.Э. Стратегическое управление конкурентоспособным потенциалом предприятия: диагностика и организация. Монография/ Воронкова А.Э. - Луганск: Изд-во ВНУ, 2003р. - 315 с.
4. Павлов В.А. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка та стратегія забезпечення.: Монографія. – Д.: Вид-во ДУЕП, 2006р. – 276 с.
5. Портер М. Стратегія конкуренції: Методика аналізу галузей і діяльності конкурентів. / М. Портер; Пер. з англ. А. Олійник та Р. Сільський. – К.: Основи, 2010р. –390 с.
6. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление/ Фатхутдинов Р.А. - М.: ИНФРА-М. - 2000. - 312 с.

**Ясницький І.Г.**

### **ОСОБЛИВОСТІ ІНВЕСТИЦІЙНОГО КЛІМАТУ УКРАЇНИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ**

На сучасному етапі при різноманітті складних кризових економічних процесів і взаємовідносин між підприємствами, фінансовими інститутами, державами на внутрішньому і зовнішньому ринках гострою проблемою є ефективне вкладення (інвестування) капіталу з метою його збільшення. Переміщення капіталу суттєво впливає на економіку як країни, що його вивозить, так і країни, яка його приймає. З одного боку, експорт капіталу є прибутковою справою, адже до країни-експортера надходить частина світової доданої вартості. Однак, якщо вивіз капіталу з країни значно перевищує його приплив, може виникнути дефіцит інвестиційних ресурсів.

Одним із процесів, що сприяє глобалізації економічної діяльності, є інтернаціоналізація капіталу, котрий нерозривно пов'язаний з інтернаціоналізацією виробничої діяльності та розвитком інформаційних технологій. Перелив фінансових ресурсів з однієї країни в іншу відбувається здебільшого у формі інвестицій, позик.

В умовах вступу світової економіки у стадію глобалізації виробництва, переміщення інвестиційних ресурсів відбувається відповідно до принципу господарської доцільності. Вони концентруються у регіонах, де можна досягти найбільшої ефективності. Приплив іноземних інвестицій стає одним із ключових критеріїв статусу країни, успішності її входження у світове господарство. Тому, можна констатувати, що питання залучення інвестицій капіталу в економіку України є досить актуальним, у зв'язку з чим зусилля багатьох учених-економістів спрямовані на їх дослідження та пошук шляхів ефективного впровадження інвестиційних

проектів в Україні.

Інвестиційний клімат — це сукупність політичних, соціально-економічних, фінансових, соціально-культурних, організаційно-правових і географічних факторів, які притаманні певній країні і визначають привабливість її для іноземного інвестора.

Виділяють п'ять груп чинників, під впливом яких формується інвестиційний клімат, а саме:

- рівень розвитку продуктивних сил та стан інвестиційного ринку;
- політична воля влади та правове поле держави;
- стан фінансово-кредитної системи та діяльність фінансових посередників;
- статус іноземного інвестора;
- інвестиційна активність населення.

Під впливом вказаних чинників формуються чотири типи середовищ, які є фактично складовими інвестиційного клімату: політико-правове, соціально-культурне, економічне та інституціонально-інфраструктурне середовище.

Історія порівняльних оцінок інвестиційного клімату економічних територіальних систем (країн, регіонів) налічує більше 30 років. Одним з перших в цій області було дослідження, здійснене співробітниками Гарвардської школи бізнесу в 1969 р. У основу методики такого зіставлення була покладена експертна шкала, що включала наступні характеристики кожної країни: законодавчі умови для іноземних і національних інвесторів, можливість вивозу капіталу, стійкість національної валюти, політична ситуація, рівень інфляції, можливість використання національного капіталу. Даний набір показників був недостатньо детальним для адекватного віддзеркалення всього комплексу умов, що беруться до уваги інвесторами. Практично всі критерії ґрунтувалися на експертних оцінках, що вносило істотну погрішність до результатів дослідження. Надалі розвиток методик порівняльної оцінки інвестиційної привабливості різних країн пішов по шляху розширення і ускладнення системи параметрів, що оцінювалися експертами, і введення кількісних (статистичних) показників.

Для кількісного опису і аналізу інвестиційних клімату ученими використовуються різні методи оцінки інвестиційних характеристик, які за специфікою об'єкта оцінювання можна розділити на дві великі групи:

- методи оцінки окремих інвестиційних характеристик;
- методи оцінки узагальнювальних (інтегральних) інвестиційних характеристик.

Методи кожної з груп припускають як кількісну оцінку інвестиційних характеристик (на основі застосування показників, що мають кількісний вираз), так і їх якісну оцінку (шляхом вербального опису стану або рівня інвестиційної характеристики або застосування експертних оцінок).

Оцінка за допомогою методів першої групи не припускає визначення узагальнювального кількісного показника рівня або ступеня сприятливості інвестиційних характеристик і може бути виконана декількома способами: на основі окремих показників, з використанням системи показників і вербального опису стану або тенденцій зміни інвестиційних характеристик, шляхом складання "карт" або "портретів" об'єкту дослідження на підставі показників (чинників), що формують інвестиційні характеристики, а також за допомогою проведення опитів експертів про стан або рівень тієї або іншої інвестиційної характеристики.

Методи другої групи передбачають обов'язковий розрахунок інтегрального кількісного показника, що описує рівень інвестиційних характеристик. Інтегральний показник визначається шляхом зведення окремих показників, яке може здійснюватися трьома різними способами: по сумі окремих показників або по сумі балів (місць, рангів), що призначаються окремим показникам, що формують інвестиційну характеристику; по сумі добутків окремих показників або сумі добутків балів (місць, рангів) окремих показників (або їх груп), і вагових коефіцієнтів цих показників; за допомогою розрахунку за аналітичною формулою або з використанням методів математичної статистики (зведення показників за формулою багатовимірною середньою, середньою геометричною та ін.). У свою чергу, бали можуть привласнюватися за значенням показників або на підставі експертних оцінок, а вагові коефіцієнти також можуть бути розрахунковими або експертними.

В якості інтегрального показника інвестиційного клімату привабливості регіонів часто

розглядають дані Інвестиційного рейтингу областей України, розрахованого на основі офіційних даних Державного комітету статистики, Кабінету Міністрів України, Міністерства економіки, Міністерства фінансів, Національного банку, Державної комісії з питань цінних паперів та фондового ринку, Держказначейства та ін. Визначення Інвестиційного рейтингу регіонів проводиться на основі показників які, за оцінками інвесторів, є найбільш важливими при прийнятті рішення про місце та обсяги інвестицій.

Досить поширеною у вітчизняній практиці є методика, розроблена економістом І. Бланком у співпраці з інвестиційною компанією "Омега-Інстер". Вони запропонували здійснювати оцінювання інвестиційного клімату та інвестиційної привабливості регіонів на підставі узагальнення таких даних:

- рівень розвитку економіки регіону (значущість 35%);
- рівень розвитку інвестиційної інфраструктури (15%);
- демографічна характеристика регіону (15%);
- рівень розвитку ринкових відносин та ринкової інфраструктури (25%);
- наявність екологічного, інвестиційного, політичного, кредитного, комерційного, валютного ризиків (10%).

Інтегральний показник оцінки інвестиційної привабливості регіонів при цьому визначається як сума добутоків значень кожного синтетичного показника на його вагомість у загальній оцінці.

***Список використаних джерел:***

1. Череп А. В. Инвестознавство: Підручник/ А.В. Череп. – К.: Кондор, 2006. – 398 с.
2. Міжнародні рейтинги ведення бізнесу та конкурентоспроможності економіки [Електронний ресурс] : за даними Української асоціації інвестицій. – Режим доступу до даних [www.uaib.com.ua](http://www.uaib.com.ua).
3. Основні показники прямого інвестування в Україні за 2008 рік [Електронний ресурс]: за даними Державного агентства з інвестицій та інновацій України. – Режим доступу до даних : [www.in.gov.ua](http://www.in.gov.ua).





## Частина II. Підвищення конкурентоспроможності підприємств

*Dr. Jacinto Gavino  
Dr. Edwin Portugal*

### CREATIVE TENSION OF LEADERSHIP: CONTEXTUAL AND UNIVERSAL PERSPECTIVES

#### BACKGROUND

Leadership is a critical element in the change process of large organizations and nations. Problems are more complicated and complex than in the past, so leaders need a more nuanced notion of the process of leadership. There are several variables that predict effective leadership, among them are leader traits, leader styles, outcomes desired, experience of followers, and the context or situation where the process of leadership takes place. The context determines the leader as a person and the leadership as a process. Likewise, the leader and the process of leadership influence the context. The process of leading is normally viewed as an on-going influence process by the leader to the followers.

Leadership has evolved from its beginnings as a psychological concept based on one's personality traits and behavior to that of a social process that influences leadership styles, relationships, and outcomes. Today, much is expected of an individual "who rises to the occasion" to address a compelling and urgent need. Today, our understanding of leadership underscores the idea that the leader is not alone in the process of leadership.

#### CONTEXTUAL LEADERSHIP

We propose a leadership model that captures several variables in the process of leading. These four are the person (leader), the participants (followers), perspective (context), and performance (leadership effectiveness). All four variables are important in determining leadership success. In this paper, we focus on the contextual domain of leadership. The change agents (leaders, followers, and partners), the manner or process by which change is realized, and leadership results or performance, are situated in a macro context affected by a confluence of external, historical, and cultural factors. Responding to the urgency of a disaster is executed differently by a mission-driven organization compared to that of a purely for-profit company or a business espousing the "Triple Bottom Line." Based on each organization's core thrust and the leadership style used, the nature and extent of involvement will differ across these organizations.

A crisis situation (e.g., calamity) may require a more authoritative form of leadership for greatest efficiency in responding to the needs. This type of leadership may be unnecessary, or even ineffective, in addressing a developmental challenge (e.g., meeting the MDGs) in a more democratic setting. Certain conditions that are combinations of these situations necessitate a different approach or execution of conventional leadership styles. States in transition, such as Myanmar, require a mix of authority that does not border on military rule, safe spaces that encourage democratic processes, and short-term leadership results that promote trust in the government and confidence among the citizenry. While it is no longer in a crisis situation, its institutions and its people are not yet prepared (or have the capacity) to more actively participate in decision-making processes and contribute to realizing outcomes.

Imposing one leadership approach across all contexts will not always result in superior performance. Leaders must have a clear understanding of the situation the participants are in and the challenges they face. This means backing up initiatives with data and factoring these in formulating effective strategies towards the envisioned change. Increased awareness of the existing perspective will also provide the leader deeper knowledge of the problem and sense of purpose and greater passion to want to solve it.



The twin ideas of globalization and market-based societies are increasing their dominance as the preferred solutions to modern day social challenges. A consequence of these ideas is the notion of a single solution or approach that works best regardless of where you are. However, the dominance of the twin forces of globalization and the market economy are in fact creating a frame of homogenous thinking that everything is now similar across the world so that no matter one's particular historical, cultural and economic context, there is now the hidden danger of applying solutions that are actually irrelevant and, worse, can do a lot of damage. We have to be cognizant of and sensitive to context when we look at leadership across the world to avoid the logical fallacy that because something works in the west, it will work elsewhere.

### **UNIVERSALISTIC LEADERSHIP**

The idea of contingency approach to leadership may be diametrically opposed to the idea of universalistic approach. They may be seen as opposite ends of the spectrum and never the two shall meet. Thus, instead of looking for a homogenous perspective that combines the two, we suggest to recognize both, accept them as opposing, and embrace the creative tension of their differences. Now, we explain further the idea of leading the same way no matter what the situation. There are many aspects of leadership that we believe are universal in leading large and small organizations, across different business industries, and applicable to all types of social systems.

Research indicates that extraversion, conscientiousness, openness to experience, agreeableness, and emotional stability, in combination, are associated with effective leadership (Bono and Judge 2004). Yukl points out another research by Ronald Riggio indicating that possession of flexibility, charisma, and social intelligence is also important for leadership. We focus on the three facets of universalistic leadership that are leading with passion, leading with compassion, and leading towards empowering people.

According to Ralph Waldo Emerson:

“Passion is one of the most powerful engines of success.

When you do a thing, do it with all your might. Put your whole soul into it.

Stamp it with your own personality.

Be active, be energetic and faithful, and you will accomplish your object.

Nothing great was ever achieved without passion.”

The soul of every leader is the passion to lift everyone around him or her to places they have not been before. Passion is not being audacious and not being braggadocios. It is the deep belief in the essence of the organization or any social movement.

Leading with compassion is the idea that leaders understand that humanity of the people on path to achieving the daily tasks as well as achieving greatness. It is learning and leading by acknowledging that they are humans first and workers and followers next. Across the diversity of world religions we find the commonality of treating others with humanity:

Christianity: In everything, do to others what you would have them do to you.

Confucianism: Do not do to others what you would not like yourself. Then there will be no resentment against you, either in the family or in the state.

Buddhism: Hurt not others in ways that you yourself would find hurtful.

Hinduism: This is the sum of duty; do not unto others what you would not have them do unto you.

Islam: No one of you is a believer until he desires for his brother that which he desires for himself.

Judaism: What is hateful to you, do not do to your fellowman. This is the entire Law; all the rest is commentary.

Taoism: Regard your neighbor's gain as your gain, and your neighbor's loss as your own loss.

The leaders should focus on how their followers could be leaders in the future. Leaders should empower others to become change agents and be transformation leaders of the future. By appealing to the beliefs and emotions of the followers, the leader is tapping into the groundswell of desire to make organizations better, making themselves better, and elevating them to higher levels, making them aware of their potential. Participative leadership and shared power can increase subordinates' capacity to be empowered. The leader can encourage others to view problems as opportunities, encourage innovative thinking, act supportive when they are discouraged, provide resources needed to deal with

issues at work, and remove unnecessary bureaucratic restraints (Yukl 2012).

### CONCLUSION

The authors note that the essence of the creative tension of contextual and universal leadership is present in the process of leading. Dr. Gary Yukl (2012) notes that, “in future theories (of leadership) it is desirable to include both universal elements (e.g., general principles) and situational elements (e.g., guidelines to help identify desirable behaviors for a particular type of situation).

We propose that the study and practice of leadership should not be an “either-or” choice of focusing on the internal and external environment and how the differences in situations dictate the type of leading that is necessary. Rather, it is a choice of embracing the strengths of both perspectives. The creative tension should not be silenced but rather be celebrated as we find better ways of leading to achieve the desired goals of organizations, business industries, societies, and nations.

### REFERENCES

- Yukl, G. (2012) **Leadership in Organizations**, (8<sup>th</sup> ed). Pearson Publishing  
 Bono, J. and Judge, T. (2004) “Personality and transformational and transactional leadership: A meta-analysis. **Journal of Applied Psychology**

*Вернер Реген*

## КОРПОРАТИВНА УПРАВЛІНСЬКА СИСТЕМА: САМООРГАНІЗАЦІЯ ТА ОБРАННЯ ВАРІАНТІВ РОЗВИТКУ

Якщо ми говоримо про «інтереси», то ми маємо зважати на складну дислокацію схильностей, які охоплюють цілі, цінності, бажання, очікування й інші орієнтації і здібності, за рахунок яких особа мотивується до обрання свого образу дії. У часі і в просторі інтереси розглядаються як сфери, які охоплюють всіх членів організації і які вони (члени) хотіли б захистити і досягти або зберегти і збільшити. При оцінці креативів організація в більшій частині виходить з того, що внутрішні і зовнішні чинники їх «руйнують»; тому вона і її члени готові до захисту або атаки для того, щоб зберегти або поліпшити власні позиції.

Лідери організації вважають за краще переслідувати цілі і з своїх позицій підкреслювати значення раціонального, економічного і ефективного менеджменту. Проте, резонно отримати відповідь на питання про ефективність образу їх дії. У чому сенс цих дій з позицій лідерів і виконавців? Чиї цілі переслідуються? Чиїм інтересам вони служать? Хто має вигоду з цього? Життя підтверджує, що цілі на користь деяких людей можуть з'являтися раціональним чином, але не завжди (а може і ніколи) відповідати загальним інтересам і тому визначення ефекту синергії можливе не з позицій лідерів організації, а на вищому рівні аналітики. У різних обставинах виникають можливості створення коаліцій, при яких групи індивідуумів діють разом з метою кооперації щодо певних тем, подій і рішень для того, щоб виступити на захист певних цінностей або ідеологій. Утворення коаліції - це свого роду аттрактор для здійснення власних інтересів усередині організації. Члени організації дуже часто приділяють величезну увагу тому, щоб за допомогою цих засобів збільшити свою владу і свій вплив.

В процесі створення і подальшої діяльності коаліцій неминуче виникнення конфліктів (біфуркацій), коли інтереси впадають в суперечність один з одним. Природна реакція на конфлікт в організації полягає у тому, що конфлікт розглядається як чинник, що заважає. Конфлікт з позицій раніше викладених теорій розглядається як точка біфуркації, яка породжена станом нерівноваги. Умови рівноваги зовнішніх збурень в розвитку організації представлені наступними схемами.

Очевидно, що в організаціях завжди є конфлікти. Вони можуть бути особистого або міжособистого характеру, виникати між конкуруючими групами або коаліціями. Як правило, вони беруть свій початок в оцінці помилково передбачуваних або дійсних суперечностей інтересів.

Дослідження похідних від теорії самоорганізації моделей корпоративного управління соціально - економічними системами стає останнім часом особливо актуальним, оскільки саме корпоративні підприємства є найбільш наочною ілюстрацією тих особливостей самоорганізації, які ми зазначили. Як ми вже показали вище, у межах самоорганізаційних уявлень розвиток корпоративного підприємства являє собою якісну зміну його структури та функціонування за рахунок кооперативної взаємодії його компонентів. Як і будь-яка інша

система, остання проходить через чергування стадій порядку і хаосу. Корпоративна система та її компоненти в нестійкому стані піддаються змінам - флуктуаціям, які економіка до певної межі може нейтралізувати, чому сприяє стабільність її структури протягом еволюційного періоду.

При перевищенні флуктуючими параметрами критичних значень настає момент, коли зміна параметрів приводить до стрибкоподібного переходу оператора до якісно іншого стану, на нову інституціональну траєкторію розвитку. Таким чином корпорація зустрічається із точкою біфуркації, яка є точкою розгалуження варіантів розвитку. Отже, за зовнішніх умов, що змінюються, еволюція системи являє собою послідовність різних аттракторів, перехід між якими відбувається через нестійкі стани та біфуркації.

*Іртищєва І.О., Гросицька О.Є.*

## **КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ: ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ТА СТРАТЕГІЧНІ ОРІЄНТИРИ**

Глобалізація та розвиток конкуренції створюють не тільки економічні проблеми, а й можливості для товаровиробників: постійні інновації, безпрецедентні темпи розвитку найбільш конкурентних сьогодні галузей економіки. Харчова промисловість посідає одне з провідних місць в економіці України: частка галузі в загальному обсязі промислового виробництва займає друге місце і досягає 18%. Харчова промисловість, а також сільське господарство є для України саме тим двигуном, який зможе забезпечити суттєве зростання ВВП і допомогти посісти одну з провідних позицій на ринку продуктів харчування на світовій арені. Харчова промисловість посідає одне з перших місць за обсягом інвестицій в основний капітал в економіці України.

Конкурентоспроможність харчової промисловості можна визначати якісним і продуктивним потенціалом його працівників. Соціально-економічна ефективність підвищення рівня якості та конкурентоспроможності продукції, що виробляється підприємствами, полягає передусім у підвищенні якості продукції, яка є специфічною формою виявлення закону економії робочого часу: загальна сума витрат суспільної праці на виготовлення й використання продукції більш високої якості; конкурентоспроможності продукції, яка забезпечує постійну фінансову стійкість компанії-товаровиробника, а також одержання нею максимально можливого прибутку.

Для розуміння природи суб'єктної конкурентоспроможності в якості основної одиниці необхідно розглядати галузь, тобто групу конкурентів, які виробляють аналогічні товари або послуги та безпосередньо змагаються між собою. Під конкурентоспроможністю галузей слід розуміти ефективність роботи окремих галузей національного господарства, оцінювану, крім традиційних критеріїв, за показниками, характерними для даної галузі, що описують ступінь її динамічності при різних варіантах розвитку національної та світової економіки.

Конкурентоспроможність галузі передбачає наявність у галузі: раціональної галузевої структури, групи висококонкурентних підприємств-лідерів, налагодженої та прогресивної дослідно-конструкторської і виробничо-технологічної бази, гнучкої галузевої інфраструктури, відпрацьованої системи науково-технічного, виробничого, матеріально-технічного та комерційного співробітництва як всередині галузі, так і з іншими галузями країни і за її межами. Конкурентоспроможність є складним багаторівневим поняттям, основними ознаками якого є відносний (порівняльний), релевантний і динамічний характери.

Харчова промисловість України є однією з провідних галузей національної економіки, яка представлена близько 20 галузями і підгалузями, де задіяно близько півмільйона осіб. Частка галузі в загальному обсязі промислового виробництва займає друге місце після чорної металургії і досягає 18%.

За даними Держкомстату України в 2011 році на території України діяло 9573 підприємства харчової промисловості, а кількість найманих працівників сягало 418,7 тис. осіб, причому середня рентабельність галузі становила 4,5 %. Питома вага харчової галузі в структурі виробництва предметів споживання досягає 52,8%, у загальному обсязі промислової продукції – 16,3. Продовольчі товари становлять 68,1% загального виробництва товарів народного споживання, 63% загального обсягу роздрібного товарообороту та 61,5% у структурі особистого споживання матеріальних благ населенням країни. Світовою практикою доведено

що зростання ВВП за рахунок агропродовольчого сектору ефективніше сприяє зменшенню бідності населення та підвищенню рівня життя.

Харчова промисловість, а також сільське господарство є для України саме тим двигуном, який зможе забезпечити суттєве зростання ВВП і допомогти посісти одну з провідних позицій на ринку продуктів харчування на світовій арені. Для досягнення високих конкурентних позицій та значної економічної ефективності харчової промисловості потрібне постійне оновлення основних фондів, що вимагає наявності сталих джерел фінансування. В даний час харчова промисловість посідає одне з перших місць за обсягом інвестицій в основний капітал в економіці України.

За структурою залучених інвестицій в 2011 році харчова промисловість посідає третє місце, після добування паливно-енергетичних корисних копалин – 17,9 % та виробництва та розподілу електроенергії, газу та води – 14,9. Саме галузі харчової промисловості на сучасному етапі розвитку представляють підвищений інтерес для інвесторів. Особливо це стосується кондитерської промисловості та виробництво пива і напоїв, морозива, макаронних виробів, хліба та хлібопродуктів. Мають хороші перспективи для розвитку рибна і м'ясо-молочна галузі. Проте перешкодами на шляху інвесторів стають проблеми врегулювання законодавчих аспектів

Харчова промисловість займає вагомe місце в експортно-імпортних операціях. Загалом експорт харчової та переробної галузі складає майже чверть всього експорту країни. Це найвищий рівень з-поміж країн-сусідів. Імпорт галузей харчової промисловості знаходиться на рівні 10% від сукупного імпорту країни, що можна спів ставити з часткою харчових продуктів в загальному імпорті Євросони.

Одним з найбільш серйозних питань функціонування харчової промисловості являється проблема продовольчої безпеки. Оскільки забезпеченість населення продуктами харчування – це фактично забезпечення його життєдіяльності, то продовольча безпека стає домінуючим аспектом розвитку галузі. Протягом останніх років в Україні спостерігається ситуація, коли баланс споживання основних продуктів харчування має значні відхилення від раціональних норм, рекомендованих у світі. Значне відставання фактичного споживання від раціонального в 2011 році спостерігається по молоку і молокопродуктах – 46 %, фруктах та ягодах – 41%, м'ясу та м'ясопродуктах – 39%, риба – 34%. Близьким до раціональних норм є споживання хлібопродуктів, яєць, цукру, картоплі, овочів. Це свідчить про погіршення збалансованості раціону харчування по білках, вітамінах, мінералах та інших речовинах.

Зрозуміло, що ситуація, яка склалася, демонструє схильність харчової галузі до виробництва продукції сировинного напрямку. Це дає більші можливості для експорту та не потребує додаткових витрат на виробництво готових до споживання продуктів. Але ж, підприємства України безумовно мають потенціал забезпечувати внутрішній ринок високоякісними конкурентоспроможними продуктами харчування, тим гарантуючи необхідний рівень продовольчої безпеки. В умовах глобалізації конкурентоздатність харчової промисловості залежатиме від здатності створювати ефективну, схильну до інновацій, систему виробництва товарів, забезпечуючи необхідний рівень продовольчої безпеки та високі стандарти життя.

Трансформаційні процеси в харчовій промисловості України повинні спрямовуватись на створення національної інноваційної система в галузі, як комплексу інститутів виробничого, правового, фінансового і соціального характеру, що забезпечують інноваційні процеси і мають міцні національні корені, традиції, політичні та культурні особливості.

Для вирішення практичного завдання трансформації конкурентоспроможності харчової промисловості в контексті глобалізації значну увагу слід приділити формуванню кластерної політики в галузі. Основними етапами розробки та здійснення кластерної політики в національній харчовій промисловості є: визначення принципів кластерної політики; формулювання цілей і завдань, визначення об'єкту і суб'єкта кластерної політики; розробка кластерних стратегій; реалізація стратегій.

В процесі формування конкурентоспроможності харчової промисловості в умовах глобалізації особлива роль відводиться державі. Потрібний перехід до нової системи державного управління харчовою промисловістю, особливо її науково-інноваційною сферою. З метою прискорення процесів інноваційно-орієнтованого розвитку харчової промисловості

необхідно активізувати впровадження сучасних вітчизняних і зарубіжних технологій виробництва в харчовій промисловості, створювати ефективні служби технічного та технологічного консультування, стимулювати здійснення інноваційної діяльності. В основу державної промислової політики має бути покладена стратегія відходу від існуючої, неконкурентної на світових ринках, структури харчової промисловості та побудова сучасної моделі, наближеної до структури промисловості технологічно розвинених країн світу.

*Мохненко А.С.*

### **ОСОБЛИВОСТІ ТЕРИТОРІАЛЬНО-ВИРОБНИЧИХ КЛАСТЕРІВ**

Формування високоефективної аграрної системи, покликаної забезпечити продовольчу безпеку і створити нормальні умови для розвитку сільських територій, є не простою проблемою для будь-якої країни та її регіонів, але стає особливо складною в період радикальних реформ. Наявність численних структурних вад обмежувало поступальний розвиток аграрної системи й обумовило об'єктивну необхідність керованих трансформаційних процесів. В даний час формування ефективно функціонуючого сільського господарства є одним з фундаментальних положень державної аграрної політики. Рішення такої важливої народногосподарської задачі неможливе без структурної перебудови аграрної системи.

Херсонська область відноситься до регіонів з невисокою якістю економічного простору, що пов'язано з просторістю території і нерівномірним економічним розвитком сільськогосподарських зон. Формування територіально-виробничих кластерів дозволить реалізувати конкурентний потенціал територій.

Українські вчені поки розходяться в думках, вживаючи поняття "кластер". Кластер відноситься до різновиду мережних структур і відрізняється наявністю інноваційної складової, що дозволяє пристосовуватися до змін у конкурентній сфері. В економіці кластер – група, агломерація підприємств, об'єднаних географічно, а разом з тим, економічними інтересами, загальною метою яких є підвищення конкурентоспроможності вироблених товарів і послуг спільними зусиллями, а також їх активний розвиток і розширення ринків. У нашому понятті кластером є географічно окреслена концентрація постачальників, виробників, споживачів, інфраструктури з активними каналами для підприємницьких угод, діалогу і взаємодії, заснована на урахуванні позитивних синергетичних ефектів регіональної агломерації. Основними відмінностями кластерного підходу від галузевого стосовно до агропромислових формувань виступають: інноваційний розвиток, орієнтація на зміну продуктивних сил, об'єднання капіталів, що обумовлює збільшення активів на території регіону і можливості розвитку сільських територій.

Кластер відрізняється від інших різновидів інтегрованих об'єднань бізнесу різних розмірів:

- доступністю великого лідируючого підприємства, що формує господарську, інноваційну й іншу стратегію системи в довгостроковій перспективі;
- локалізацією більшості підприємств, що виступають учасниками кластерної структури на визначеній території;
- значною стійкістю економічних зв'язків підприємств – учасників кластерної структури, переважаючим значенням даних зв'язків в основній масі її учасників;
- координацією співробітництва учасників кластера в рамках його економічного розвитку, інноваційними рішеннями; контролем якості, переважаючими схемами управління та ін. у короткостроковій і довгостроковій перспективі;
- фактором інноваційної орієнтованості;
- фактором лідируючого (інтегруючого) продукту або послуги. Часто лідируючий інвестор створює кластерну структуру на основі нових, діючих і реструктурованих підприємств.

Вхідні в кластерну структуру підприємства агропромислового комплексу можуть взаємодіяти, керуючись ступенем міжгалузевого переміщення знань. Сюди можна віднести:

- 1) переміщення технологій, пов'язаних з виробництвом проміжної і кінцевої продукції, взаємодією виробників і користувачів;
- 2) переміщення персоналу всередині кластера для поширення нових методів управління

3) технічна взаємодія (патентування, освоєння патентів, використання технічних новинок у суміжних галузях і виконання науково-дослідних проектів).

Кластер нами розглядається в категоріях інституціональної економіки, як форма організації з відповідною специфікою, кластер як об'єкт управління, середовище, процес, проект. Ознаки інтегрованих об'єднань дозволяють відокремити кластери від традиційних вертикально інтегрованих структур (індустріальні мережі, холдинги, ФПГ, ТНК), об'єднаних за технологічною ознакою. У рамках територіально-адміністративних одиниць відмітною рисою кластера служить те, що він вкрай рідко підходить під галузеву класифікацію, кластер мобільний і виділяється тісністю економічних зв'язків і галузевою взаємодоповнюваністю, ступенем застосовуваних технологій, маркетинговою політикою, інформаційним простором.

Кластер звичайно сконцентрований на території одного регіону. При цьому можливо, з появою конкурентних переваг на сусідній території, вийти за межі своєї границі. В інших інтегрованих структурах відмітною ознакою виступає місцезнаходження підприємств-учасників.

Переважними ознаками в українській моделі кластеризації є центрований тип кластерного ядра, холдингова форма і формальна інституціональна структура, що координує кластер.

Виробнича структура кластера вигідніше галузевої через більш повні внутрішньогосподарські зв'язки. Кластерна структура заснована на ефекті масштабу виробництва, основа якого – інноваційна складова лідируючої фірми кластеру у виробництві основного виду продукції (послуги).

До числа позитивних якостей кластера відноситься ефект охоплення, що виявляється в наявності фактору виробництва, використання якого можливо направити одночасно на вироблення декількох видів кінцевої продукції. Дана властивість має багатофункціональну складову. Об'єднання підприємств у рамках кластерної структури багаторазово збільшує ефект охоплення, застосування багатофункціональної складової в господарствах кластеру зводить до мінімуму трансакційні витрати, що виникають у процесі виробництва і реалізації продукції.

У рамках кластера спостерігається стандартизація продукції, що випускається, що приводить до появи синергетичного ефекту. Механізм його виникнення наступний. Спеціалізація підприємств кластера сприяє зменшенню собівартості кінцевої продукції і збільшує продуктивність праці. Це приводить до збільшення рентабельності виробництва, що важливо для низькорентабельних господарств. Ефекти охоплення і масштабу сприяють появі конкурентних переваг для підприємств кластерної структури.

Кластер в агропромисловому комплексі нами представляється як територіально відособлена, інноваційно спрямована квазіінтегрована структура, утворена на основі принципу технологічного ланцюга і реалізуюча загальні економічні інтереси учасників, пов'язаних у даній структурі визначеною культурою взаємодії. Ми наділяємо агропромисловий кластер функціями основного інструменту програмно-цільового планування і управління в рамках агропромислової політики з метою комплексного використання економічної і соціальної складової агросектору.

У світлі світового досвіду в сфері створення кластерних структур в агропромисловому комплексі, прагнення підприємств до роботи в кластері викликано необхідністю і реальною можливістю вирішити проблеми трансакційних витрат, "подвійної маржиналізації", одержати синергетичний ефект і реалізувати ефект масштабу.

На основі проведених досліджень нами виділені чотири аспекти, що додають привабливість ідеї кластерів в економічній політиці:

1. Кластери дають сприятливу можливість програмно-цільового управління економікою, проведення галузевої і регіональної політики в ринковому середовищі, що сформувався.

2. Кластери гармоніюють до непрямих напрямків підтримки, властивих відносинам між партнерськими формуваннями, і сприяють розвитку попиту.

3. Кластери сприяють економічному розвитку на регіональному рівні на основі ендогенного й екзогенного підходу, інвестиційно привабливі.

4. Кластери відповідають цілям регіональної економічної політики при її розробці як "зверху" так і "знизу".



Економічна доцільність розвитку агропромислових кластерів пов'язана для сільськогосподарських виробників (фермерів) з більшою технічною відсталістю сільськогосподарського виробництва в порівнянні з промисловістю, специфікою сільськогосподарського виробництва, його соціальною значимістю, необхідністю підвищення конкурентоспроможності продукції й інших факторів. На відміну від сформованих раніше інтеграційних форм організації агропромислового виробництва кластери відрізняються більшою демократичністю в управлінні, прийнятті управлінських рішень.

*Тюхтенко Н.А.*

### **КАДРОВИЙ АУДИТ ЯК ВАЖЛИВИЙ ЧИННИК МЕНЕДЖМЕНТУ ПЕРСОНАЛУ**

Фактор ефективного функціонування системи управління персоналом підприємства останнім часом визнається як вирішальній в конкурентному середовищі. Конкурентоздатність будь-якої організації визначають людські ресурси, які здатні вирішити проблеми ефективності праці. Висока результативність діяльності персоналу, якість кадрового потенціалу стає важливою перевагою підприємства при управлінні (в тому числі анти- кризисному), у зв'язку з чим пред'являються високі вимоги до якості функціонування кадрового менеджменту, одним із ключових елементів якого є здійснення кадрового аудиту.

Кадровий аудит в системі менеджменту персоналу – відносно нове явище в економічному житті України, хоча і доволі часто використовується в різних інтерпретаціях. Нажаль система кадрового аудиту досі не має конкретного загальновизнаного практичного застосування.

Більшість працюючих на українському ринку компаній дотримуються або стратегії концентрованого росту (виробництво нового продукту без зміни галузі, посилення позицій на ринку, пошук нових сегментів, розвиток старого продукту без зміни ринку збуту), або стратегії диверсифіцированого росту у тому випадку, коли фірми не можуть розвиватись на даному ринку з даним продуктом в рамках однієї галузі. Успішність цих двох стратегій розвитку бізнесу безпосередньо залежить від компетентності персоналу. У даному випадку керівництво компанією має адекватне уявлення про те, яким кадровим ресурсом воно володіє. Нажаль, в Україні показник використання людських ресурсів компанії (повний набір професійних знань і навичок, особистісних і демографічних характеристик, ділових зв'язків, показників здоров'я тощо) дуже низький. Різниця між тим, що співробітник знає і уміє, й тим, що він використовує, дуже велика. У зв'язку з цим постає ряд запитань, а саме:

Наскільки ця різниця велика?

Який потенціал є у фахівців компанії?

Що з цього потенціалу можна використовувати в інтересах компанії?

Які характеристики даного ресурсу підлягає корекції і розвитку?

Відповіді на ці та інші питання можна отримати, впроваджуючи кадровий аудит людських ресурсів компанії.

Основними цілями кадрового аудиту, з нашої точки зору, слід виокремити:

Оцінка управлінського потенціалу співробітників (здібності, досвід, навички, особисті і ділові якості);

Оптимізація розстановки кадрів (висування, переміщення, звільнення);

Обґрунтування формування кадрового резерву;

Планування кар'єри працівників компанії;

Формування індивідуальних планів навчання і професійного зростання.

При цьому головна мета кадрового аудиту – підвищити ефективність системи управління персоналом підприємства, що в свою чергу може забезпечити прибутковість роботи компанії в цілому, досягнення нею поставлених цілей і задач.



## ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ АУТОСОРСИНГУ В УМОВАХ МІЖКОРПОРАТИВНИХ ВІДНОСИН

Прискорення науково-технічного прогресу, постійна еволюція фінансово-економічних відносин ведуть до появи нових бізнес-технологій. В кінці ХХ ст. з'явилась нова інтегрована форма бізнесу – аутсорсинг, яка існує для створення власної інформаційної системи, розробки програмного забезпечення або для отримання послуг в умовах міжкорпоративних відносин.

Щодо аутсорсингу фінансових послуг, то він є досить новим явищем для українського ринку, тому для багатьох корпоративних підприємств поки що лишаються відкритими питання збереження конфіденційності інформації при використанні аутсорсингу, прозорості менеджменту, можливих ризиків і розподілу відповідальності перед регулятором ринку між основною компанією та компанією субпідрядником. Сьогодні аутсорсингом називається бізнес-стратегія, сутність якої можна сформулювати таким чином: компанія укладає договори субпідряду на всі види діяльності, що не є домінуючими в її діяльності. При цьому сторонніми особами можуть виступати компанії, як афілійовані щодо корпоративної групи, так і жодним чином не пов'язані з нею. Найчастіше через угоди субпідряду компаніями отримуються послуги, пов'язані з інформаційними технологіями (табл. 1).

Таблиця 1

### Пропозиції щодо напрямів використання аутсорсингу корпоративними підприємствами\*

Вид діяльності	Організації, що використовують даний вид діяльності через аутсорсинг, %
Інформаційні технології	55
Менеджмент	47
Дистриб'юторські послуги та логістика	22
Фінанси	20
Людські ресурси	19
Промислове виробництво	18
Кол-центри	15
Маркетинг	13
Банківські підряди на ІТ-послуги	11
Транспортні перевезення	9

\*Розроблено автором

Ці питання є актуальними і для розвинених ринків, тому сьогодні вони вивчаються такими міжнародними організаціями, як Базельський комітет, Міжнародна організація комісій з цінних паперів, Міжнародна асоціація страхових регуляторів тощо.

Таким чином, відмітимо, що сучасний стан економіки, її інтернаціоналізація зумовлюють необхідність розробки організаційно-економічних основ формування інтегрованих форм бізнесу в корпоративному секторі національної економіки і відповідно на таку потребу ринку стають сучасні міжкорпоративні відносини. Це пояснюється тим, що контрактна форма організації бізнесу сприяє оперативному розширенню ринку збуту своєї продукції; активізує діяльність підприємців, а це потребує необхідних розробок і обґрунтування принципів та культури взаємовідносин, розподілу функцій управління між партнерами, інформаційного забезпечення всього процесу спільної діяльності, що пояснює бурхливий розвиток аутсорсингу в умовах міжкорпоративних відносин.

#### Список використаних джерел:

1. Шапошников К.С. Корпоративне управління організаційним розвитком: креативні засади: [монографія] / Я.П.Квач, К.С.Шапошников, М.М.Адамкович // під науковим керівництвом д.е.н., проф. О.С.Редькіна; Одеський інститут фінансів УДУФМТ. – Ізмаїл: СМІЛ, 2008. – 272с.

2. Федулова Л.І. Інтеграційні процеси корпоративних структур: можливості для інноваційного розвитку економіки України/ Л.І. Федулова // Економіка і прогнозування: [Науковий журнал]. – 2007.–№ 3.–С. 9–31.



## КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНА ПРОДУКЦІЯ – ЗАПОРУКА УСПІХУ ДІЯЛЬНОСТІ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

Актуальною проблемою розвитку економіки України на сучасному етапі є підвищення ефективності суспільного виробництва шляхом випуску конкурентоспроможної продукції. У ринковій системі господарювання категорія “конкурентоспроможність” – одна з головних, тому що в ній відображено економічні, науково-технічні, виробничі, організаційно-управлінські, маркетингові та інші можливості не тільки окремого підприємства, регіону, але й країни в цілому. У ринковому середовищі, на формування якого були спрямовані усі заходи вітчизняної економічної політики, і засновником якого вважається А. Сміт, який ще в 1776 р. сформулював поняття конкуренції як певного виду суперництва, змагальності, як напруженої боротьби юридичних і фізичних осіб на ринку за покупця, за своє виживання в умовах дії закону “вимивання” неякісних товарів і послуг. *Конкуренція* – це властивість об’єкта, що характеризується ступенем реального чи потенційного задоволення ним конкретної потреби в порівнянні з аналогічними об’єктами, що діють на даному ринку. У працях

Д. Рікардо вже були викладені положення теорії порівняльних переваг, в основі якої лежить думка про те, що перевагу одержують ті країни, що виготовляють якісну продукцію з меншими затратами. Завдяки цьому вони виграють на ринку, що приводить до спеціалізації країн, окремих підприємств на виробництві тих товарів, які мають відносно низькі витрати порівняно з іншими країнами чи підприємствами. Модифікацію теорії порівняльних витрат у теорію порівняльних переваг показали у своїх працях шведські економісти Е. Хекшер і Б. Олін, котра отримала назву “теорема Хекшера-Оліна”. Її суть полягає в тому, що країна експортує товари, у виробництві яких найбільш ефективно використані надлишкові фактори виробництва, та імпортує товари з дефіцитними факторами.

Нові тенденції в розвитку світової торгівлі в другій половині ХХ ст. спонукали до перегляду ряду поглядів. Найбільш значним був внесок американського вченого-економіста М. Портера, який розробив теорію конкурентної переваги. Аналізуючи різні підходи до пояснення причин конкурентоспроможності окремих підприємств і національних економік країн, М. Портер показує, що конкурентна перевага багато в чому залежить від факторів (наявність природних і трудових ресурсів, протекціонізм вітчизняним виробникам, вдосконалення менеджменту і т. д.), які мають місце в даній країні.

Проблеми, пов’язані з питаннями підвищення конкурентоспроможності, є предметом наукового дослідження багатьох українських вчених, зокрема А. Гальчинського, А. Чемодурова, Л. Антонюка, Р. Бриля, Е. Шкарпової та ін. Так, Л. Антонюк у своїй праці “Капітал конкурентоспроможності ділових моделей” відзначає, що високі темпи економічного розвитку підприємства можливі як наслідок його інвестиційної активності.[4] За розрахунками вчених для України при стабільному прирості ВВП на 15% необхідно мати 3-4% приросту капіталовкладень.

Основним принципом забезпечення конкурентоспроможності як підприємства, так і економіки країни в цілому, є забезпечення високоефективного використання наявних ресурсів і тих, що надходять ззовні. У загальному вигляді *конкурентоспроможність підприємства* можна визначити як його порівняльна перевага стосовно інших підприємств даної галузі всередині країни або за її межами, обумовлена складом його внутрішнього середовища, тобто сукупністю його змінних, котрі визначають процеси його діяльності: ефективність діючої стратегії, технічні і технологічні ресурси, організація управління, стан організації маркетингової діяльності, робота в галузі НДДКР, фінансове становище, імідж, організаційна структура та інші фактори. Є ще одне визначення *конкурентоспроможності підприємства* – як здатності забезпечувати випуск і реалізацію конкурентоспроможної продукції, що означає його здатність до ефективної роботи і забезпечення його прибутковості за умов конкурентного ринку.

Взагалі, поняття конкурентоспроможності характеризує властивість об’єкта задовільняти певну конкретну потребу споживачів. Під конкурентоспроможністю продукції прийнято розуміти сукупність її властивостей, що відображає міру задоволення конкретної потреби проти представленої на ринку аналогічної продукції. Вона визначає здатність витримувати конкуренцію на ринку, тобто мати якісь вагомі переваги над виробами інших товарів.

Конкуренентоспроможність товарів закладається ще на стадії проектування. У процесі виробництва матеріалізуються найважливіші елементи конкурентоспроможного виробу: якість і витрати. Моделювання і визначення рівня конкурентоспроможної продукції є необхідною передумовою для її реалізації на відповідному ринку. Визначаючи конкурентоспроможність товару, виробник продукції обов'язково повинен знати вимоги потенційних покупців та оцінки споживачів. Тому для формування конкурентоспроможності продукції слід визначити суттєві споживчі властивості (потреби покупців), за якими оцінюється принципова можливість реалізувати продукцію на відповідному ринку, де покупці будуть постійно порівнювати її характеристики з товарами конкурентів щодо задоволення конкретних потреб і цін реалізації.

Для визначення конкурентоспроможності продукції виробнику необхідно знати:

- конкретні вимоги потенційних покупців до пропонованого товару;
- можливі розміри і динаміку попиту на продукцію;
- розрахунковий рівень ринкової ціни товару;
- очікуваний рівень конкуренції на ринку відповідних товарів;
- визначальні параметри продукції основних конкурентів;
- найбільш перспективні ринки для відповідного товару і етапи закріплення на ньому;
- термін окупності сукупних витрат, пов'язаних з проектуванням, освоєнням, виробництвом і просуванням на ринок нового товару.

Конкуренентоспроможність конкретного об'єкта слід вимірювати кількісно, що дасть можливість управляти її рівнем. Для прикладу, кількісну оцінку конкурентоспроможності однопараметричних об'єктів (машини і устаткування) можна визначити за формулою [ 2 ]:

$$K_p = \frac{E_{op}}{E_{pk}} \times k_1 \times k_2 \times k_3 \times \dots \times k_n, \text{ де}$$

$K_p$  - конкурентоспроможність продукції на конкретному ринку;

$E_{op}$  і  $E_{pk}$  - ефективність відповідно оцінюваної продукції і продукції конкурента;

$k_1, k_2, k_3, \dots, k_n$  - коригуючі показники, що враховують конкурентні переваги.

Сучасні умови господарювання змушують кожне підприємство запровадити дійовий комплексний механізм впровадження заходів і забезпечення дійового контролю за підвищенням якості і конкурентоспроможності продукції. Саме підвищення якості та конкурентоспроможності продукції забезпечує підприємству краще використання основних фондів, зростання продуктивності праці, економію сировини, матеріалів і енергоресурсів, сприяє формуванню його іміджу як економічно надійного партнера, виходу підприємства на світовий ринок, збільшенню поставок продукції на експорт. Існує цілий ряд способів по підвищенню якості і конкурентоспроможності продукції. По-перше – це технічні: запровадження новітніх досягнень науки і техніки в процесі проектування і виготовлення виробів, застосування нових технологічних процесів у виробництві продукції, чітке виконання вимог стандартів і технічних умов, сертифікація продукції і самого підприємства на відповідність більш жорстким вимогам міжнародних стандартів ISO серії 9000. Це особливо економічно важливо для підприємств, які поставляють продукцію на експорт. Наприклад, вартість однієї тони металевого прокату, сертифікованого на відповідність міжнародному стандарту ISO, для металургійного комбінату коштує на 50 ам. доларів дорожче, ніж підприємству, яке має тільки державний сертифікат якості. По-друге – це організаційні: запровадження сучасних форм і методів організації виробництва і управління, удосконалення методів контролю на підприємстві, здійснення дійового реального державного нагляду за якістю і конкурентоспроможністю, використання передового вітчизняного та зарубіжного досвіду в галузі підвищення конкурентоспроможності продукції. Для прикладу можна привести пуск в експлуатацію у жовтні 2012 р. Дніпропетровського металургійного заводу, в якому усі технологічні процеси повністю автоматизовані. По-третє – економічні

застосування системи прогнозування і планування необхідного рівня якості продукції, використання ефективної мотивації праці усіх категорій персоналу підприємства, встановлення прийнятних для споживачів цін на вироби.

Ефективна інтеграція вітчизняної економіки у світову може відбутися тільки за умови досягнення високого рівня загальної конкурентоспроможності країни, її господарюючих суб'єктів, а також конкурентоспроможності продукції та послуг, які пропонуються ними на внутрішньому і зовнішньому ринках.

**Список використаних джерел:**

1. О.С. Федонін, І.М. Репіна, О.І. Олексюк. Потенціал підприємства: формування та оцінка.- К.: КНЕУ, 2004 – 315с.
2. За ред. С.Ф. Покропивного. Економіка підприємства.- К.: КНЕУ, 2000 – 528с.
3. М. Портер. Международная конкуренция. – М.: Международные отношения, 1993 – 896с.
4. Л.Л. Антонюк. Капітал конкурентоспроможності ділових моделей//Наук. вісник Волинського ДУ ім. Л. Українки.- 2002 - №2.
5. Ю. Кіндзерський, Г. Паламарчук. Проблеми національної конкурентоспроможності й пріоритети конкурентної політики в Україні// Економіка України. – 2006 - № 4.

**Бенин Е.Ю.**

**ТЕХНИКО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ ЭФФЕКТИВНЫХ НАПРАВЛЕНИЙ РАЗВИТИЯ МАШИНОСТРОИТЕЛЬНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ**

В современных условиях рыночной экономики важное значение имеет развитие машиностроительного комплекса Украины, обеспечивающего выпуск конкурентоспособной машиностроительной продукции. В успешном решении этой задачи первостепенное значение приобретает техническое перевооружение предприятий, внедрение высокоэффективного оборудования и наукоемких технологий, обеспечивающих повышение качества выпускаемой продукции и интенсификацию производства [1, 2]. Для выявления новых резервов машиностроительного производства требуется проведение технико-экономического обоснования перспективных направлений технического перевооружения предприятий и выбора лучших вариантов изготовления машиностроительной продукции по критерию наименьшей себестоимости. В первую очередь это относится к научно обоснованному выбору технологических процессов механической обработки деталей машин, от которых зависят все технико-экономические показатели предприятия. В связи с этим, представляется актуальным теоретический анализ себестоимости механической обработки деталей машин и на ее основе определение перспективных направлений повышения эффективности машиностроительных предприятий.

Целью работы является определение условий снижения себестоимости механической обработки деталей машин и повышения конкурентоспособности изготавливаемой машиностроительной продукции.

В работе [3] аналитически определена себестоимость механической обработки с учетом двух изменяющихся статей затрат, связанных с заработной платой рабочего и расходами на режущие инструменты:

$$C = \frac{Q_{\text{сум}}}{Q} \left( S_1 \cdot k_D + \frac{Ц}{T} \right), \quad (1)$$

где  $Q_{\text{сум}}$  – суммарный объем материала (припуска), который снимается со всех обрабатываемых деталей, м<sup>3</sup>;  $S_1$  – тарифная ставка рабочего, грн./мин.;  $k_D$  – коэффициент, учитывающий всевозможные начисления на тарифную ставку рабочего;  $Q = V \cdot t \cdot S$  – производительность обработки, м<sup>3</sup>/мин;  $V$  – скорость резания, м/мин;  $t$  – глубина резания, м;  $S$  – продольная подача, м/об.;  $Ц$  – стоимость инструмента, грн.;  $T$  – стойкость инструмента, мин.

Из зависимости (1) вытекает неоднозначное влияние  $Q$  и  $T$  на себестоимость обработки

$C$ . Как известно, с увеличением производительности обработки  $Q$  стойкость инструмента  $T$  уменьшается, а это приводит к экстремальному характеру изменения себестоимости обработки  $C$ . Это вытекает из зависимости для определения стойкости инструмента:  $T = \frac{C_4}{V^{m_1} \cdot t^q \cdot S^p}$ , где  $C_4$ ,

$m_1$ ,  $q$ ,  $p$  – постоянные, характеризующие стойкость инструмента для определенных условий обработки. В результате установлено, что функция себестоимости обработки имеет экстремум (минимум) в зависимости от производительности обработки и определяется выражениями

$$C_{min} = g_{сум} \cdot \frac{S_1 \cdot k_D}{Q_{экс}} \cdot \frac{m_1}{(m_1 - 1)} = g_{сум} \cdot \frac{S_1 \cdot k_D}{t \cdot S} \cdot \frac{m_1}{(m_1 - 1)} \cdot \left( \frac{T_{экс} \cdot t^q \cdot S^p}{C_4} \right)^{\frac{1}{m_1}}, \quad (2)$$

где  $Q_{экс} = V_{экс} \cdot t \cdot S$  – производительность обработки в точке минимума себестоимости обработки, м<sup>3</sup>/мин;

$$Q_{экс} = t \cdot S \cdot \left[ \frac{S_1 \cdot k_D \cdot C_4}{(m_1 - 1) \cdot C \cdot t^q \cdot S^p} \right]^{\frac{1}{m_1}}, \quad (3)$$

$V_{экс}$  – скорость резания в точке минимума себестоимости обработки, м/мин;  $T_{экс}$  – стойкость инструмента в точке минимума себестоимости обработки, мин;

$$T_{экс} = \frac{(m_1 - 1) \cdot C}{S_1 \cdot k_D}. \quad (4)$$

Как видно, уменьшить  $C_{min}$  можно увеличением  $Q_{экс}$ , что достигается уменьшением стойкости инструмента  $T_{экс}$  и увеличением глубины резания  $t$  и подачи  $S$ . Из зависимости (4) следует, что  $T_{экс}$  тем меньше, чем меньше цена инструмента  $C$  и безразмерный параметр  $m_1$ , определяющий износостойкость инструмента, и изменяющийся в пределах  $1 < m_1 < 7$ . Уменьшение  $m_1$  предполагает применение более износостойких инструментов, например, изготовленных из твердых сплавов с износостойкими покрытиями, высокотвердых керамик, синтетических сверхтвердых материалов и т.д. Однако это ведет к увеличению стойкости инструмента  $C$  и соответственно  $C_{min}$ . Поэтому необходимо добиваться уменьшения произведения  $(m_1 - 1) \cdot C$  в зависимости (4). Одним из эффективных методов реализации этого условия является применение сборных конструкций твердосплавных инструментов с износостойкими покрытиями. Они допускают многократную замену режущих пластин (в связи с их износом), что в целом снижает их стоимость по сравнению с традиционными монолитными инструментами. Так, экспериментально установлено, что себестоимость обработки при этом может быть уменьшена до 8 раз, примерно во столько же раз увеличивается и производительность обработки.

Существенное уменьшение стойкости инструмента  $T_{экс}$ , согласно известной зависимости

$T = \frac{C_4}{V^{m_1} \cdot t^q \cdot S^p}$  предполагает увеличение скорости резания и переход в область

высокоскоростного (высокопроизводительного) резания. Поэтому современные металлорежущие станки, как правило, являются высокооборотными, реализующими условия высокоскоростного резания и оснащенными прогрессивными сборными конструкциями твердосплавных инструментов с износостойкими покрытиями. Это позволяет увеличить скорость резания в 10 – 100 раз по сравнению с традиционной механической обработкой. Во столько же раз потенциально может быть увеличена производительность и уменьшена себестоимость обработки. Таким образом показано, что переход в область высокоскоростного резания открывает новые возможности интенсификации производства деталей машин и в целом изготовление машиностроительной продукции. Для этого необходимо приобретение новых станков с ЧПУ, срок окупаемости которых зависит, прежде всего, от применяемых инструментов. Поэтому переход к сборным конструкциям твердосплавных инструментов является важным шагом в этом направлении. Подтверждением тому

результаты внедрения новых эффективных технологий механической обработки деталей редукторов шахтных конвейеров в ОАО ХМЗ "Свет шахтера" (г. Харьков). Приобретение предприятием новых современных металлорежущих станков позволило кардинальным образом решить проблему качества, производительности и экономичности изготовления машиностроительной продукции. Например, применение современного зубошлифовального станка с ЧПУ позволило в 5 раз увеличить производительность обработки и решить проблему зубошлифования зубчатых колес. Взамен четырех применявшихся зубошлифовальных станков устаревших моделей в настоящее время применяется один вновь приобретенный станок, который обеспечивает выполнение годовой программы выпуска зубчатых колес всего за 7 месяцев. Срок окупаемости данного станка составил 0,5 года. Необходимо отметить, что благодаря техническому перевооружению предприятия удалось выйти на качественно новый уровень выпускаемых изделий. Так, ресурс работы изготавливаемых редукторов увеличился более чем в 2 раза. Это позволяет успешно конкурировать с аналогичной зарубежной продукцией, изготавливаемой в Англии, Германии, Италии и в других экономически развитых государствах.

Таким образом, благодаря полученной аналитической зависимости для определения себестоимости обработки обоснованы эффективные направления интенсификации производства и создания конкурентоспособной машиностроительной продукции.

#### **Список использованной литературы:**

1. Гриньова В. М. Функціонально-вартісний аналіз в інноваційній діяльності підприємства : Монографія / В. М. Гриньова. – Х. : ВД "ІНЖЕК", 2004. – 128 с.
2. Тімонін О.М. Технічне переозброєння підприємства на основі концепції маркетингу: Монографія / О.М. Тімонін, К.В. Ларіна. – Х. : ВД "ІНЖЕК", 2008. – 256 с.
3. Новіков Ф.В. Обґрунтування економічної ефективності технології виготовлення деталей машин / Ф.В. Новіков, Є.Ю. Бенін // Економіка розвитку. Науковий журнал. – Х. : ХНЕУ, 2012. – №1(61). – С. 82-86.

**Волкович О.Ю.**

### **ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ АДМІНІСТРАТИВНО-ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦТВА ТА ЕФЕКТИВНЕ ЗАПРОВАДЖЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ В УКРАЇНІ**

Як показує світовий досвід, без свободи ринкової економіки, без самостійного виробника, без підприємницької активності жодне процвітання неможливе. Динамічний розвиток підприємництва та принципи залучення інвестицій, проголошені Президентом України, є пріоритетом місцевої і регіональної політики. Реалізація програмних заходів та впровадження програм «Розвиток інвестиційної діяльності в Україні на 2011-2015 роки» та «Інвестиційний імідж України» сприяло формуванню ринкового інвестиційного клімату як у регіонах, так і по Україні загалом [1].

Метою Програми є створення умов для активізації інвестиційної діяльності, спрямованої на модернізацію економіки та забезпечення сталого соціально-економічного розвитку.

Відповідно до Положення «Про Державне агентство України з інвестицій та інновацій» від 16 травня 2007 р. № 749 це Державне агентство України з інвестицій та інновацій (Держінвестицій) є центральним органом виконавчої влади, діяльність якого спрямовується і координується Кабінетом Міністрів України через Першого віце-прем'єр-міністра України. Держінвестицій є спеціально уповноваженим центральним органом виконавчої влади у сфері інноваційної діяльності.

Основними завданнями Держінвестицій є:

- участь у формуванні та забезпеченні реалізації державної політики у сфері інвестицій та інноваційної діяльності;
- створення національної інноваційної системи для забезпечення проведення ефективної державної інноваційної політики, координація роботи центральних органів виконавчої влади у сфері інноваційної діяльності.

Держінвестицій відповідно до покладених на нього завдань:

- 1) здійснює заходи щодо проведення єдиної науково-технічної та інноваційної політики;
- 2) готує і подає в установленому порядку пропозиції щодо:

- формування та забезпечення реалізації державної політики у сфері інвестицій та інноваційної діяльності;
  - визначення пріоритетних напрямів інноваційної діяльності, розроблення державних інвестиційних та інноваційних програм і передбачення у державному бюджеті коштів для їх кредитування;
  - визначення обсягу бюджетних коштів для надання фінансової підтримки суб'єктам інноваційної діяльності, які реалізують інноваційні та інвестиційні проекти;
- 3) вивчає світовий досвід залучення інвестицій та запровадження механізмів стимулювання інноваційного розвитку, подає пропозиції щодо поширення його в Україні;
- 4) вживає заходів до мобілізації внутрішніх інвестицій та ін. [2].

Так, стаття 42 Конституції України гарантує кожному право на підприємницьку діяльність, яка не заборонена законом. Одночасно встановлює, що держава забезпечує захист конкуренції у підприємницькій діяльності, захищає права споживачів, здійснює контроль за якістю і безпечністю продукції та усіх видів послуг і робіт [3]. Зазначені положення Основного Закону потребують подальшого розвитку у нормах адміністративного, господарського та підприємницького права. Саме динамічних перетворень чекає держава для економічної рівноваги і втілення в життя цих положень.

Дослідженням проблем формування адміністративно-правового регулювання підприємництва та ефективного запровадження інвестиційної політики в Україні займалися такі вчені як В.Б. Авер'янов, С.С. Алексєєв, І.В. Арістова, О.М. Бандурка, Т.М. Кравцова, Т.О. Коломієць, О.П. Рябченко інші.

Під інвестиціями розуміють довготермінові вкладення у підприємства, підприємницькі проекти, економічні програми тощо, як у власній країні, так і за кордоном. Розрізняють інвестиції внутрішні та зовнішні. В першому випадку кошти вкладаються українськими інвесторами, в тому числі й безпосередньо державою з державних фінансових джерел; у другому - кошти вкладаються зарубіжними інвесторами (державами, банками, компаніями, підприємцями, приватними особами) [4, с. с.431].

Основним нормативним документом, який регламентує діяльність іноземних інвесторів на території України, є Закон України від 19 березня 1996 р. «Про режим іноземного інвестування», що визначає особливості режиму іноземного інвестування, виходячи з цілей, принципів і положень законодавства України [5].

Для іноземних інвесторів на території України встановлюється національний режим інвестиційної та іншої господарської діяльності, за винятками, передбаченими законодавством України та міжнародними договорами України. Для окремих суб'єктів підприємницької діяльності, які здійснюють інвестиційні проекти із залученням іноземних інвестицій, що реалізуються відповідно до державних програм розвитку пріоритетних галузей економіки, і територій, може встановлюватися пільговий режим інвестиційної та іншої господарської діяльності.

Не дивлячись на великий масив нормативних актів щодо регулювання інвестиційної діяльності підприємництва залишається багато проблем, що потребують вирішення, зокрема агропромисловий комплекс; медична та мікробіологічна промисловість; легка промисловість; лісопромисловий комплекс; машинобудування; металургійний комплекс; розвиток паливно-енергетичного комплексу і впровадження енерго- і ресурсозберігаючих технологій; транспортна інфраструктура; зв'язок; соціальна інфраструктура; подолання наслідків Чорнобильської катастрофи та ін. [7, с. 151].

За характером впливу на об'єкт управління виділяють методи прямого (безпосереднього) та непрямого (опосередкованого) впливу. До методів прямого впливу при здійсненні державного управління економікою можливо віднести правові. Правове регулювання економіки держава здійснює у двох формах: правотворчої та правозастосовної. [8, с. 55-56].

Органи державного управління економікою будують відносини з підприємцями, використовуючи наступні методи непрямого впливу: податкове та фінансово-кредитне регулювання; система державних резервів; ліцензування, лізинг, соціальні, екологічні та інші норми та нормативи; державне замовлення, як складова сукупного попиту; цільові науково-технічні, економічні, соціальні державні та регіональні програми. [8, с. 60]

замовлення, як складова сукупного попиту. За певних умов, воно стимулює зростання зайнятості і збільшення попиту з боку суб'єктів господарської діяльності. Прямі державні інвестиції у сферу виробництва доцільні у випадках, коли створюються особливо великі об'єкти із значними капіталовкладеннями та тривалим строком окупності, які важливі для розвитку економіки країни. Так, Закон України «Про державне оборонне замовлення» [9], визначає загальні правові та економічні засади формування, розміщення, фінансування і виконання державного оборонного замовлення, регулює відносини у цій сфері.

Таким чином, метою державної інвестиційної політики є створення конкурентного середовища, реалізація програм структурної перебудови економіки України, спрямування інвестицій у пріоритетні галузі та програми. Важлива роль в організації інвестиційної діяльності належить державі. Державна інвестиційна політика – це комплекс правових, адміністративних та економічних заходів держави, спрямованих на поширення та активізацію інвестиційних процесів. [7, с. 149].

#### **Список використаних джерел:**

1. Концепція Державної цільової програми розвитку інвестиційної діяльності на 2011-2015 роки // <http://in.ukrproject.gov.ua/index.php?get=564&id=2493>
2. Постанова Кабінету Міністрів України «Про деякі питання Державного агентства України з інвестицій та інновацій» із змінами і доповненнями № 749 16.05.2007 // [http://invest.ukrproject.gov.ua/index.php?lang=ua&get=55&law\\_id=38#1](http://invest.ukrproject.gov.ua/index.php?lang=ua&get=55&law_id=38#1)
3. Конституція України від 28 червня 1996 року // Відомості Верховної Ради України. – 1996. -№30. – Ст.141.
4. Колпаков В. К. Адміністративне право України: Підручник. — К.: Юрінком Інтер, – 1999. – 736 с.
5. Закон України «Про режим іноземного інвестування» від 19.03.1996 року // Відомості Верховної Ради. – 1996 - №19 - ст. 80.
6. Закон України «Про інвестиційну діяльність» від 18.09.1991 року // Відомості Верховної Ради України – 1991 - №47 - Ст.646.
7. Державне регулювання економіки: Навч.посіб. / С.М.Чистов, А.Є. Никифоров, Т.Ф. Куценко та ін. – Вид., 2-ге, доопрац. і допов. – К.: КНЕУ, 2004. - с. 440 с.
8. Рябченко О.П. Держава і економіка: адміністративно-правові аспекти взаємовідносин: Монографія / За загальною ред. О.М. Бандурки. – Харків: Вид-во Ун-ту внутр. справ, 1999. – 304 с.
9. Закон України «Про державне оборонне замовлення» від 03.03.1999 № 464-XIV // Відомості Верховної Ради України. - 1999. - № 17. - Ст.111.

*Глушко К.О.*

### **ІНФОРМАЦІЙНО-ПРОГНОЗНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Для досягнення високих економічних результатів діяльності сільськогосподарських підприємств в сучасних ринкових умовах визначальну роль відіграє удосконалення механізму раціонального використання необхідних фінансових і виробничих ресурсів. Цей процес повинен якісно перетворюватися в ефективну систему управління сільськогосподарськими підприємствами, яке не обмежується метою скорочення витрат, зростання прибутку та забезпечення конкурентоспроможності продукції. Управління підприємством – це динамічний процес, який включає управлінські дії, метою яких є забезпечення сталого економічного розвитку підприємства у майбутньому [9, с.82].

Питання управління аграрним виробництвом, обґрунтування його теоретико-методологічних та організаційно-практичних засад на сільськогосподарських підприємствах ґрунтовно висвітлили у своїх працях відомі вчені: М.Зубець, П.Саблук, М.Федоров [1], В.Дієсперов [3], В.Месель-Веселяк [4], В.Збарський, В.Горьовий, М.Срібнюк [5], В.Павлик [6] та інші.

Значна увага приділяється ретроспективному аналізу, який дає змогу визначити основні характеристики діяльності аграрних формувань у минулому. Але більшість визначених таким способом параметрів функціонування суб'єкта господарювання не вказує

перспективи майбутнього зростання. В такій ситуації визначення прогнозних і планових критеріїв розвитку має базуватися на основі минулих даних в поєднанні з чітким уявленням про можливі альтернативи і сценарії подій та інтуїтивними методами прийняття управлінських рішень. Все це визначає стратегію управління сільськогосподарськими підприємствами [9, с. 82].

Сільськогосподарське виробництво на сьогодні займає вагомe місце у забезпеченні продовольчих потреб суспільства та відіграє провідну роль у формуванні економічного потенціалу країни.

У 2010 році частка сільськогосподарських підприємств у валовому виробництві аграрної продукції становила 44,9% (45149,2 млн. грн.), в т.ч. рослинництва – 45,1% (26443,9 тис. грн.), тваринництва – 44,7% (18705,3 тис. грн.) [9]. За останні роки їхня питома вага збільшилася відповідно на 8,4 відсоткові пункти, що свідчить про значний розвиток громадського сектору економіки.

На нашу думку, цьому сприяли: позитивна кон'юнктура на світовому ринку аграрної продукції, де свої інтереси можуть представляти, як правило, підприємства; сприятливе внутрішнє середовище для розвитку суб'єктів господарювання, особливо їх корпоративних форм; привабливість аграрного сектору, як прибуткової галузі, для інвесторів тощо.

Формування цілей і завдань, як початковий етап будь-якого дослідження, вирішує проблему невизначеності. Цілеспрямованість надає прогнозуванню активного характеру, уможливорює обґрунтування переходу від сталих тенденцій розвитку до тенденцій, які відповідають стратегічним економічним цілям; системність – економіка розглядається як єдиний об'єкт прогнозування і, водночас, як сукупність відносно самостійних напрямків (блоків) прогнозування. Узагалі система (грец. — ціле, складене з частин) має такі основні ознаки: система складається з підсистем (елементів), кожна підсистема (елемент) має всі ознаки системи, кожна підсистема (елемент), у свою чергу, теж складається з підсистем (елементів) нижчого рівня, усі підсистеми (елементи) взаємопов'язані; наукова обґрунтованість – усебічне врахування вимог об'єктивних законів розвитку суспільства, використання світового досвіду; багаторівневий опис – опис об'єкта як цілісного явища і водночас як елемента складнішої системи; інформаційна єдність – використання інформації на однаковому рівні узагальнення й цілісності ознак; адекватність об'єктивним закономірностям розвитку – виявлення та оцінка стійких взаємозв'язків і тенденцій розвитку об'єкта; послідовне вирішення невизначеності – ітеративна процедура просування від виявлення цілей та умов, що склалися, до визначення можливих напрямів розвитку; альтернативність – виявлення можливості розвитку об'єкта за умови різних траєкторій, різноманітних взаємозв'язків і структурних співвідношень [8, с.304].

Принципи прогнозування забезпечують методологічну єдність різноманітних методів і моделей розробки прогнозів. Виокремлення принципів прогнозування не означає, що вони існують незалежно один від одного і можливе їх вибіркове використання. Відображаючи різні сторони розробки прогнозів, ці принципи створюють одне ціле.

Управління сільськогосподарськими підприємствами визначається декількома факторами. По-перше, система управління має базуватися на існуючих принципах формування фінансових результатів на основі ефективного витрачання ресурсів та забезпечення дохідності виробництва. По-друге, прийняття рішень відбувається за умов врахування минулого досвіду, поточної ситуації та оцінки майбутніх змін середовища. По-третє, діяльність підприємства спрямовується на забезпечення стратегічних завдань та цілей. Вирішення цих питань в комплексі дозволить ефективно управляти не тільки окремими суб'єктами господарювання, а й усім аграрним сектором економіки [9, с. 86].

Враховуючи сучасні ринкові умови, принципи та підходи до системи прогнозного аналізу діяльності підприємства повинні відповідати наступним вимогам:

- для ринкових відносин ключовою проблемою прогнозування є адаптація, яка має, з одного боку, враховувати багаторічний досвід роботи, а з іншого - бути націленою на відповідність ринку;
- методи прогнозування, відповідно до принципу адекватності, повинні постійно переглядатися, а при необхідності, змінюватися на адекватні;
- прогнозні параметри розвитку мають відповідати реальним умовам господарювання;



суб'єктів, тобто змінюватися, бути гнучкими і забезпечувати швидку реакцію на зміну кон'юнктури;

– механізм прогнозування має забезпечувати безпосередній зв'язок показників плану з впровадженням нової техніки, технології, поліпшенням організації виробництва і умов праці [7, с.102].

**Список використаних джерел:**

1. Аграрний сектор економіки України (стан і перспективи розвитку) / [Присяжнюк М.В., Зубець М.В., Саблук П.Т. та ін.] ; за ред. М.В. Присяжнюка, М.В. Зубця, П.Т. Саблука, В.Я. Месель-Веселяка, М.М. Федорова. – К. : ННЦ ІАЕ, 2011. – 1008 с.
2. Брігхем Є. Основи фінансового менеджменту / Брігхем Є. ; пер. з англ. – К. : Молодь, 1997. – 711 с.
3. Ефективність виробництва у сільськогосподарському підприємстві: монографія / Дієсперов В.О. — К.: ННЦ ІАЕ, 2008. — 340 с.
4. Месель-Веселяк В.Я. Аграрна реформа і організаційно-економічні трансформації у сільському господарстві: доповідь на Дванадцятих річних зборах Всеукраїнського конгресу економістів-аграрників 25-26 лютого 2010 року / В.Я. Месель-Веселяк. – К.: ННЦ “Інститут аграрної економіки”, 2010. – 57 с.
5. Організація і перспективи розвитку виробництва у сільськогосподарських підприємствах : монографія / Збарський В.К., Горьовий В.П., Срібнюк М.С. — К.: ННЦ ІАЕ, 2008. — 136 с.
6. Павлик В.П. Управління сільськогосподарським підприємством у ринкових умовах / В.П. Павлик // Економіка АПК. – 2009. – № 1. – С. 28-35.
7. Пастухова В.В. Стратегічне управління підприємством : філософія, політика, ефективність : моногр. / Пастухова В.В. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2002. – 302 с.
8. Самофалов П.П. Методичні підходи до оцінки витрат / П.П. Самофалов // Вісн. Київ. нац. ун-ту. – 2003. – Вип. 66. – С. 56–57.
9. Всеукраїнський науково-виробничий журнал «Інноваційна економіка»; за ред. Стельмашук А.М., УДК 631.15, 2010.- №8.- с. 82-86

**Грицина В.В.**

**КОРПОРАТИВНА РЕСТРУКТУРИЗАЦІЯ В УПРАВЛІННІ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА**

На сьогодні у світовій і вітчизняній теорії і практиці одним із поширених засобів фінансового оздоровлення підприємств є реструктуризація. Законом України “Про відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом”, іншими нормативно-правовими документами передбачено використання реструктуризації як ефективного засобу відновлення конкурентоспроможності підприємства. Реструктуризація може здійснюватися автономно або у складі інших санаційних заходів.

Реструктуризація підприємства – це проведення організаційно-господарських, правових, виробничо-технічних заходів, спрямованих на зміну структури суб'єкта господарювання, його управління, форм власності, організаційно-правових форм, які здатні відновити прибутковість, конкуренто-спроможність та ефективність виробництва.”Реструктуризація ” є вужчим поняттям, ніж ”санація”. Як впливає із наведеного визначення, реструктуризація включає заходи з адаптації (приведення у відповідність) виробництва, системи управління та організаційної структури, бізнес-процесів тощо до вимог стратегії відновлення прибутковості та конкурентоспроможності підприємства. На відміну від цього, поняття ”санація” охоплює також і заходи фінансового характеру, спрямовані переважно на вирішення проблеми фінансового забезпечення підприємства.

У сучасних умовах функціонування економіки переважає так званий реінжиніринговий підхід, який передбачає системне моделювання й оптимізацію ресурсних та інформаційних потоків, у результаті чого спрощується організаційна структура, мінімізуються матеріальні, фінансові та трудові затрати.

При дослідженні реструктуризації підприємств, залежно від характеру заходів, які застосовуються, виділяють такі форми реструктуризації: реструктуризація управління

підприємством; реструктуризація виробництва та активів; фінансова реструктуризація пасивів; корпоративна реструктуризація (реорганізація). Сьогодні досить актуальним в умовах формування конкурентної спроможності економіки України є дослідження корпоративної реструктуризації.

Корпоративна реструктуризація пов'язана з реорганізацією підприємства, її наслідком є повна або часткова зміна власника статутного капіталу, створення нових юридичних осіб та (або) організаційно-правової форми організації бізнесу.

Реорганізація – це повна або часткова зміна власників корпоративних прав підприємства, зміна організаційно-правової форми організації бізнесу, ліквідація окремих структурних підрозділів або створення на базі одного підприємства декількох, наслідком чого є передання, прийняття його майна, коштів, прав та обов'язків правонаступникам. Отже, реорганізація підприємства є одним із напрямків його реструктуризації. Рішення щодо реорганізації підприємств слід розглядати в контексті стратегічного менеджменту. Серед основних стратегічних причин реорганізації здебільшого виділяють такі:

- суттєве розширення діяльності підприємства, його розмірів або, навпаки, згорання діяльності;
- необхідність зміни повноти відповідальності власників за зобов'язаннями підприємства;
- диверсифікація діяльності;
- податкові мотиви;
- необхідність збільшення власного капіталу (з метою покриття потреби в капіталі та підвищення рівня кредитоспроможності);
- необхідність залучення інвестора для фінансування санації підприємства.

Зрозуміло, що причини та мотиви, які спонукають власників та керівництво підприємства до прийняття рішення щодо реорганізації, визначають і форму майбутньої реорганізації. За формальними ознаками розрізняють такі три напрями реорганізації:

Реорганізація, спрямована на укрупнення підприємства – як специфічна форма фінансування, в санаційних цілях застосовується, коли підприємство-боржник не в змозі розрахуватися зі своїми боргами і змушене в судовому чи в досудовому порядку залучати санатора, який погасив би або взяв на себе заборгованість. Цей вид санаційної концепції передбачає втрату боржником свого колишнього юридичного статусу в результаті злиття, приєднання, чи поглинання (акцізицій).

Реорганізація, спрямована на подрібнення підприємства (поділ, виділення). В санаційних цілях застосовується, якщо в підприємства, поряд із прибутковими секторами діяльності є значна кількість виробництв, які є збитковими. Метою розукрупнення при цьому є виділення підрозділів, які є санаційно-спроможними з тим, щоб провести їх фінансове оздоровлення, в тому числі шляхом приватизації. Окрім цього, концепція розукрупнення є виправданою для підприємств з високим рівнем диверсифікації сфер діяльності, що є актуальним у сучасних умовах.

*Джеджула В.В.*

## **ЕНЕРГЕТИЧНИЙ АУДИТ ЯК ЗАСІБ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЕНЕРГОСПОЖИВАННЯ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ**

На даний час в Україні зростає усвідомленість важливості впровадження енергозберігаючих заходів у всіх сферах життя. Особливо гостро проблема підвищення енергоефективності постає у промисловості. Енергоемність ВВП перевищує майже у три рази загальноєвропейський рівень. Окрім фінансового навантаження на бюджет підприємства, підвищене споживання первинних енергоносіїв негативно впливає на екологічний стан навколишнього середовища. Для дослідження шляхів зменшення енергетичних ресурсів у промисловості та комунально-побутовому секторі, їх економічному обґрунтування і реалізації використовується комплекс технічних, економічних і організаційних заходів, що має назву «енергетичний аудит». Зараз розвиток системи енергетичного аудиту промислових підприємств в Україні знаходиться на рівні повільного формування і становлення, хоча потреба у такого роду обстеженнях є великою.

Питання енергетичного аудиту законодавчо започатковані у Законі «Про

енергозбереження» 1994 року [1]. Для реалізації політики енергоефективності у державі було створене Національне агентство України з питань забезпечення ефективного використання енергетичних ресурсів (НАЕР), яке на даний час трансформовано у Державне агентство з енергоефективності [2]. У останні роки розроблено цілу низку нормативних документів та методичних рекомендацій, що регламентують порядок проведення енергетичного обстеження. Також значна увага енергетичному аудиту приділяється у роботах вітчизняних та зарубіжних авторів. Однак залишається ряд проблем, які не вирішені: аспекти понятійно-категорійного спрямування, обґрунтування розрахунку вартості обстеження, глибини проробки досліджень, нормування енергоспоживання, врахування кількісних і якісних критеріїв вибору енергозберігаючих заходів із загальної сукупності.

Поняття енергоаудиту по-різному трактується у літературних джерелах. Після детального аналізу існуючих термінологій [1-5] можна запропонувати власне визначення даного поняття: енергетичний аудит – це техніко-економічне обстеження систем генерації, транспортування і споживання енергетичних ресурсів і води з метою виявлення і економічного обґрунтування технічних, організаційних, економічних, виробничих шляхів зменшення споживання енергоресурсів та переходу на альтернативні джерела енергоспоживання, що дозволять підприємству досягнути реальної і суттєвої економії коштів та зменшення екологічного навантаження на навколишнє середовище.

Нормативним підґрунтям для проведення досліджень слугує комплекс державних стандартів, будівельних норм, законів та методик. До основних принципів проведення належать наукова обґрунтованість, достовірність, конфіденційність, незалежність і повнота обстеження. Енергетичний аудит – це наукоємна робота, яка вимагає від виконавців значного досвіду проектування, експлуатації і монтажу систем, що підлягають дослідженню. Виявлення шляхів зменшення споживання енергії без погіршення технологічного процесу і значних капітальних витрат є складною багатоваріантною задачею. Дотримання сучасних нормативних вимог щодо енергетичного споживання окремих ланок чи підприємства у цілому повинно бути основними орієнтирами енергоаудитора. Отримана під час досліджень інформація є конфіденційною і заборонена до розголошення третім особам.

Найпоширенішим видом проведення енергетичного аудиту є експрес-аудит. Даний вид обстеження дозволяє у обмежені терміни і за менші кошти визначити основні проблемні напрями у ланках «генерування – перетворення – споживання». Але, ґрунтуючись на експрес обстеженнях, не можна виявити всі пріоритетні напрямки підвищення енергоефективності виробництва. Тому даний вид можна рекомендувати лише для попереднього обстеження промислового підприємства, тоді як для житлових і громадських будівель глибини його висновків достатньо. Локальні і специфічні аудити виконують на окремих ланках найбільшого енергетичного напруження: споживання, генерації або транспортування. Потрібно також брати до розгляду і системи розподілу води, так як зараз цей природний ресурс не є дешевим. Враховуючи специфіку функціонування існуючих підприємств, на даний час найбільш пріоритетними є аудити окремих підрозділів, технологічних ліній та систем енерго-ресурсозабезпечення. Це пов'язано насамперед з тим, що існуючі підприємства не завантажені у повному обсязі і не використовують всі наявні потужності.

Для підприємств, що проектуються, надзвичайно важливим є проведення енергетичного аудиту проектних рішень і інвестиційних пропозицій. На жаль, непоодиноким є практика формального дотримання проектними організаціями обумовлених у нормативах вимог. Інші енергозберігаючі аспекти, що потребують детального обґрунтування і розробки, у проектах не розглядаються. Після проведення енергетичного аудиту на підприємстві постає необхідність у створенні системи енергетичного менеджменту – організаційної структури, яка здійснювала контроль за рівнем енергоспоживання і дотримання енергозберігаючих заходів. Дана організаційна структура повинна бути незалежною від керівників підрозділів, які перевіряються. Через певний час необхідно проводити періодичний аудит, за результатами якого можна робити висновки про ефективність функціонування системи енергетичного менеджменту та про рівень реалізації енергоефективних рішень. Необхідність у проведенні позачергового аудиту виникає у випадках, коли змінюються режими і технології роботи підприємства, обсяги виробництва та види енергоносіїв.

На першому – другому етапах проведення аудиту здійснюється детальне обговорення виконавцями і замовниками об'ємів і видів робіт, термінів виконання та форми звіту, а також обов'язком є наведення у договорі пунктів про відповідальність сторін. У випадку, коли після реалізації наведених у звіті заходів з енергозбереження не буде отримано задекларованої ефективності, необхідно передбачати величину штрафів та інших стягнень по відношенню до виконавця. Одночасно з цим виконавець не несе відповідальності за результати впровадження, якщо замовником не дотримано всіх його рекомендацій. Ще на стадії підписання договору виникає ряд проблем, які наразі не є вирішеними. Першою проблемою є величина плати виконавцю за проведений аудит. У європейській практиці прийнято брати певний відсоток від річних коштів, що зекономлені за рахунок проведення енергетичного аудиту. Зазвичай величина цього відсотку не перевищує 10%. В умовах України можлива оплата за людино-години або за домовленістю. Другою проблемою є рівень глибини проведення досліджень, економічного обґрунтування результатів аналізу та меж обсягів проведення вимірювань. Чіткої межі між експрес-аудитом і повним аудитом немає. Також важко відокремити при локальному дослідженні межі об'єкта, що обстежується, від інших об'єктів виробництва.

Окремою проблемою є нормування енергоспоживання. Радянські норми питомого енергоспоживання на виробництво одиниці продукції зараз не є актуальними. Розробка нових норм потребує значних обсягів досліджень і в межах експрес-аудиту не може бути виконана. Саме по собі поняття «норми енергоспоживання» досить неоднозначне, і вибір їх як критерію енергоефективності, на нашу думку, є недоцільним. Для вирішення даної проблеми пропонується підхід щодо максимального використання потенціалу енергозбереження. Саме визначення даної величини є одним із пріоритетних завдань енергетичного аудиту. При обґрунтуванні економічної доцільності впровадження певної сукупності заходів з енергозбереження необхідно враховувати економічні, технічні, екологічні, естетичні, виробничі та організаційні фактори. Таку велику сукупність факторів, які мають як кількісні, так і якісні характеристики, можна врахувати лише при використанні сучасних математичних теорій та напрямів, пов'язаних зі штучним інтелектом. Нами пропонується використати теорію нечіткої логіки та лінгвістичної змінної, яка дозволить поєднати якісні і кількісні критерії при обґрунтуванні інвестиційної привабливості енергозберігаючих заходів [11].

#### **Список використаних джерел:**

1. Про енергозбереження: Закон України від 01.07.1994 №74/94ВР, редакція від 09.02.2006 [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=74 %2F94 %E2 %F0](http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=74%2F94%E2%F0).
2. Офіційний сайт Державного агентства з енергетичної ефективності [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://naer.gov.ua/>
3. ДСТУ 4713:2007 "Енергозбереження. Енергетичний аудит промислових підприємств. Порядок проведення та вимоги до організації робіт". – К.: Держспоживстандарт України. 2007. – 18 с.
4. Варнавский Б.П. Энергоаудит промышленных и коммунальных предприятий/ Б.П. Варнавский, А.И. Колесников, М.Н. Федоров. – М.: Госэнергонадзор Минтопэнерго России, – 1999. – 216 с.
5. Петров К. В. Формування системи енергоаудиту на металургійних підприємствах: автореф. на здобуття наук. ступеня к.е.н.: спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами» / К.В. Петров. – Маріуполь, 2010. – 22 с.

*Євтухова С.М.*

### **ВПЛИВ МОТИВАЦІЙНИХ ФАКТОРІВ НА РЕАЛІЗАЦІЮ СТРАТЕГІЙ ПІДПРИЄМСТВА**

В умовах сьогодення підприємства повинні гнучко реагувати на швидкі тенденції розвитку бізнесу, який вимагає проведення економічних трансформацій в організаційній структурі з урахуванням налагодженої управлінської системи. Посилення мотиваційних основ, забезпечення балансу між інтересами власників, споживачів, персоналу й інші соціально-психологічні фактори підтверджують ефективність використання можливостей управлінського персоналу, націленого мислити стратегічно.

Аналіз людського фактора і поведінки організації в аспекті стратегічного управління пов'язаний з відповіддю на багато питань і прийняттям низки ключових рішень. Успіх стратегічного управління у вирішальному ступені залежить від того, наскільки вміють “мислити стратегічно” керівники підприємств, наскільки вони націлені на це. Кінг У. і Кліланд Д. стверджують, що «керівники виступають в якості ключових фігур будь-якої системи управління і їх головною задачею є інтеграція всіх управлінських функцій [1, с. 41].

Без сумніву можна сказати, що для керівництва реалізація головних стратегій за допомогою співробітників є основою їх успішного бізнесу. Реалізація стратегії – це процес, за допомогою якого підприємство створює вартість для акціонерів, свої індивідуальні особливості, за допомогою яких воно різниться від конкурентів, та виступає більш привабливою для споживачів. Однак, від 80 до 90% організацій не можуть реалізовувати добре розроблені та сформульовані стратегії за такими причинами [2]:

- 60% організацій не пов'язують власні стратегії з бюджетом;
- 67% ІТ департаментів не пов'язують власні пріоритети зі стратегією підприємства;
- 75% менеджментів середньої ланки не мають мотивації, пов'язаної з реалізацією стратегії;
- 95% робітників не розуміють, що таке стратегія.

Особливу увагу приділимо двом останнім факторам. Так, проблема збереження інтелектуально розвинених та зацікавлених у розвитку підприємства працівників, ще досі залишається проблемою сьогодення, оскільки попит на цінні кадри продовжує зростати. Не дивлячись на економічну ситуацію у світі та наявність високого рівня безробіття у багатьох країнах, залучення та збереження цінних працівників залишається складним завданням.

У зв'язку з цим, виділимо основні мотиваційні фактори, які уможливають реалізацію основних стратегій співробітниками підприємств України:

1. Кар'єрне зростання. В сучасних умовах цей фактор стосується практично всіх спеціалістів до 40 років вищої та середньої ланки управління і входять в першу трійку значимих показників.

2. Винагорода. Виплата належної заробітної плати залишається актуальним питанням співробітників. При встановленні розміру заробітної плати визначальними факторами повинні виступати число засвоєних «одиниць кваліфікації» та рівень майстерності з кожної з них.

3. Соціальні порівняння. У багатьох мотиваційних моделях співробітник підприємства розглядається як особистість, яка фактично не залежить від інших працівників, однак на практиці людина працює у рамках соціальної системи, в якій кожен суб'єкт залежить від інших людей. Так, на основі соціальних порівнянь (справедливість, завищена винагорода, недостатнє заохочення) виникає напруга у мотивації виконання певних стратегічних рішень. Поряд з цим, проводиться відбір працівників, що потребує якісного підходу з боку керівників підприємств щодо оцінки підлеглих у прийнятті рішень, який є надзвичайно важливим мотиваційним фактором і передбачає розподіл пропозицій, очікувань, оцінок і переваг.

4. Визнання заслуг та досягнень. Визначена позиція є самим сильним джерелом задоволення та позитивних емоцій працівника.

Наявність перерахованих факторів свідчить, що їх сукупне поєднання уможливує досягнення визначених підприємством стратегій та приведе до підвищеної зацікавленості кожного співробітника у їх реалізації.

У той же час, остання позиція щодо незрозумілості працівниками сутності стратегічних орієнтирів підприємства дозволяє виокремити перегляд основних позицій, що впливатимуть на успішну реалізацію стратегій.

По-перше, ідентифікація сутності складових визначених підприємством стратегій, що розкривається у її реалізації кожною ланкою управлінського процесу.

По-друге, координація стратегії всіма бізнес-одиницями підприємства: маркетинговими, фінансовими та іншими службами, включаючи відділ обслуговування клієнтів, що приведе до взаємозалежного виконання перехресних функцій та синергії стратегій у внутрішньому середовищі підприємства.

По-третє, постійно діючі комунікації у форму проведення навчальних програм, зацікавлені

із співробітниками та запрошених фахівців з розробки та реалізації ефективних стратегій, корпоративних тренінгів, особливість яких полягає у підтримці розвитку організації та розкритті процесів адаптації до зовнішніх змін. Кожна з наведених форм комунікацій проводиться всередині компанії та учасники якого – співробітники одного підприємства, є індивідуальним відповідно до тематики, цільової аудиторії і загальної стратегії розвитку організації. Крім того, таке навчання дає змогу заповнити нестачу компетенції робітника при розв'язанні стратегічних рішень, оскільки виконання управлінського рішення буде стикатися не тільки з обставинами, які були передбачені, але й з елементами несподіванки з боку неконтрольованих і непередбачених обставин.

Впровадження такої програми дій за участю компетентних, активних і професійно підготовлених членів колективу вплине на прийняття ефективних управлінських рішень щодо реалізації стратегій підприємства. Таким чином, фахівці впливають на процеси стратегічного управління за допомогою своїх пропозицій, дебатів „за” і „проти” різних альтернатив, оцінки проектів і варіантів, виявляючи в такий спосіб найефективніші рішення.

Оптимальне поєднання зазначених позицій у мотивацій персоналу до реалізації стратегій керівниками підприємств повинно базуватися на визначенні потенційних можливостей співробітників, надаючи їм право реалізувати себе саме в тих сферах, де ця реалізація принесе максимальну вигоду для підприємства.

#### **Список використаних джерел:**

1. Кинг У. Стратегическое планирование и хозяйственная политика / Кинг У., Клиланд Д.; пер. с англ. под ред. Кочетова Г.В. – М.: Издательство «Прогресс», 1982. – 399 с.
2. М. Левицкий. Реалізація стратегії // [http:// www.management.com.ua/strategy/str216.html](http://www.management.com.ua/strategy/str216.html)

*Ковальов В.В., Байша К.М.*

### **ВПЛИВ ФАКТОРІВ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ НА ЕКОНОМІЧНЕ ЗРОСТАННЯ**

Вирішення проблеми забезпечення макроекономічної рівноваги залежить від економічного зростання, що є підсумком функціонування економіки та яке можливо визначити виходячи з темпів приросту валового національного продукту, валової продукції, темпів приросту даних показників у розрахунку на душу населення. Економічне зростання досягається через вирішення таких проблем як забезпечення зростання доходів, конкурентоспроможності товарів та послуг, які виробляються в країні та забезпечення стабільного стану економіки.

На економічне зростання пливає велика кількість факторів. Різноманітність цих факторів, неоднозначність оцінок їх впливу, відсутність можливості їх кількісної оцінки та прогнозування спричиняють негативні наслідки. Зважаючи на це, є необхідність у виявленні та систематизації даних факторів.

Економічне зростання характеризує розвиток економіки країни, що визначається розширенням обсягів виробництва. Основним показником, який характеризує економічне зростання національної економіки є темп зміни ВВП (ВВП).

У такому випадку визначення економічного зростання характеризується як "...збільшення масштабів сукупного виробництва та споживання в країні, що характеризується такими макроекономічними показниками, як ВВП, ВВП, національний дохід. Воно вимірюється темпами зростання або приросту цих показників у кінці та на початку періоду або відношенням приросту показника до його попереднього значення".

Досліджуючи формування високого рівня економічного зростання національної економіки, доцільно розглянути фактори, які впливають на конкурентоспроможність господарюючих суб'єктів, що беруть участь у виробництві ВВП (ВВП).

Фактори конкурентоспроможності, які впливають на економічне зростання, ще повністю не досліджені, у зв'язку з цим виникає необхідність в комплексному підході та їх систематизації.

Досліджуючи фактори, які впливають на конкурентоспроможність господарюючого суб'єкта слід звернути увагу на дослідження М. Портера. Він поділяє всі фактори конкурентоспроможності на декілька типів: додаткові та основні; спеціалізовані та загальні.

Слід зазначити, що фактори конкурентоспроможності за М. Портером пов'язані з факторами виробництва: людські ресурси; фізичні ресурси; ресурси знань; грошові ресурси; інфраструктура.

До основних факторів конкурентоспроможності господарюючого суб'єкта Р. Фатхутдинов відносить: фінансовий стан; стан та розвиток власної науково-дослідницької діяльності та конструкторських розробок та витрати на них; використання передових технологій; наявність та стан мережі збуту; забезпеченість висококваліфікованими кадрами; якість технічного обслуговування; можливість кредитування; платоспроможність споживачів; методи стимулювання збуту; інформатизація.

О. В. Дикий виділяє шість основних груп факторів конкурентного середовища залежно від суб'єктів ринку, діяльність яких створює умови для конкуренції, підтримуючи дослідження М. Портера.

Т. Дяченко ділить основні фактори конкурентоспроможності на дві групи: контрольовані (підлягають контролю з боку підприємства) та неконтрольовані.

Проаналізувавши дослідження пов'язані з класифікацією факторів конкурентоспроможності, ми можемо зазначити, що до даного питання науковці підходять в залежності від теми та завдань дослідження господарюючого суб'єкта та від специфіки і напрямку його діяльності.

І. Смельянова запропонувала наступну класифікацію факторів конкурентоспроможності господарюючого суб'єкта: залежно від середовища функціонування; за впливом на них господарюючих суб'єктів; за ступенем залежності; за часом дії; за рівнем управлінських рішень; за роллю факторів у забезпеченні конкурентної переваги; за спрямованістю дії факторів; за характером; за рівнем взаємообумовленості; за ступенем впливу на конкурентоспроможність.

В основу наведеної класифікації факторів покладено 10 критеріїв, які впливають на конкурентоспроможність аграрних підприємств. Також автор даної класифікації зазначає, що вплив цих факторів повинен вимірюватися комплексно, тому що кожен із факторів пов'язаний один з одним та залежить один від іншого. Також слід зазначити те, що один і той самий фактор віднесений до різних критеріїв класифікації.

Найчастіше використовується та вживана класифікація факторів конкурентоспроможності за принципом приналежності до суб'єкту: внутрішня та зовнішня.

В.Л. Дикань розглядає фактори з позиції підприємства та поділяє їх на внутрішні та зовнішні. Так, до внутрішніх факторів він відносить методи та систему управління, рівень використання та забезпеченість технікою та технологією, рівень організації виробництва, стан та рівень розробки та впровадження інновацій, економічне стимулювання, стан системи планування, соціальні, психологічні, екологічні та інші. Зовнішніми факторами є: політичні, зовнішньоекономічні, зовнішньополітичні, стан державного регулювання, експортно-імпорتنі відносини в країні, наявність конкурентів в сфері діяльності, стан державних програм та пріоритети розвитку, сировинний потенціал країни, стан продуктивних сил, стан науково-технічного прогресу, стан та розвиток нормативно-правової бази та інше.

В.А. Павлова висвітлює фактори, які формують конкурентоспроможність підприємства через продукцію яку вони виробляють. Серед них, крім зовнішніх та внутрішніх окремо виділяють інституційні фактори впливу та фактори, що впливають на конкурентоспроможність галузі.

Л.І. Піддубна, класифікуючи фактори конкурентоспроможності на внутрішні та зовнішні, стверджує, що внутрішні фактори визначають стан функціонування економічної системи як ланцюг «вхід – трансформація – вихід». У зв'язку з цим їх необхідно класифікувати за ознаками, які повинні враховувати види ресурсів та їх використання, види виробничо-економічної діяльності, види менеджменту як фактору виробництва. Зовнішні фактори поділяються на три групи: мезорівневі фактори дії, макрорівневі фактори дії, міжнародної фактори дії.

Підбиваючи підсумок вище викладеного, можливо зазначити, що вище перераховані фактори конкурентоспроможності мають багаторівневу та ієрархічну структуру.

Факторами конкурентоспроможності господарюючих суб'єктів, на наш

процес, який впливає на зміну рівня конкурентоспроможності об'єкта та залежить від специфіки та напрямку його діяльності.

У зв'язку з тим, що Україна є країною з відкритою економікою та з кожним роком все більше і більше інтегрує в міжнародну економіку, то конкурентні відносини слід розглядати не на трьох рівнях, а на чотирьох.

Виходячи з економічного середовища та розглянутих факторів, які впливають на економічне зростання, ми пропонуємо наступну класифікацію факторів, які впливають на конкурентоспроможність національної економіки:

- мегарівень – світові ціни на продукцію, світова кон'юнктура ринку продукції, національні уподобання споживачів продукції, світові квоти на поставку продукції.

- макрорівень – податкова політика, рівень державної підтримки, державне замовлення, рівень регулювання цін на продукцію, фінансово-кредитна політика, митна політика, соціальна політика, нормативно-правове регулювання, культурно-історичні, зовнішньополітичні зв'язки, експортно-імпортні зв'язки, ємність внутрішнього ринку.

- мезорівень – кліматичні умови, виробнича спеціалізація, ресурси, ємність регіонального ринку, частка імпортової продукції.

- мікрорівень – наявність засобів виробництва, наявність програм розвитку на місцевому рівні, наявність інфраструктури виробництва продукції, асортимент і якість продукції, фінансовий стан, рівень менеджменту та маркетингу, використання інновацій в виробничому процесі, наявність висококваліфікованих трудових ресурсів, наявність конкурентів, рівень організації виробництва.

Наведена класифікація факторів конкурентоспроможності дасть можливість розробити напрями нейтралізації проблем пов'язаних з конкурентним середовищем, та дозволить господарюючим суб'єктам своєчасно та ефективно змінювати напрями управління конкурентоспроможністю для досягнення поставленої мети не тільки у короткостроковій, а й у довгостроковій перспективі.

**Москаленко Ф.І.**

## **РОЗВИТОК АУДИТУ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ В УКРАЇНІ**

Становлення громадянського суспільства, розвиток приватного підприємництва як його економічної основи зумовили появу аудиту в Україні. Ухвалення в квітні 1993 р. Закону України «Про аудиторську діяльність» надало легітимності цій формі незалежного фінансового контролю і стало імпульсом її інтенсивного розвитку. За 15 – річний період в Україні сформовано систему незалежного аудиту подібну країнам з ринковою економікою. Інфраструктура, забезпечення та функціонування цієї системи продовжують удосконалюватися. Аудиторська палата України разом зі Спілкою аудиторів України проводить розробку на основі узагальнення вітчизняної та світової практики науково обґрунтованої методики та рекомендацій з питань аудиторської діяльності в Україні. Але, на жаль, аудиторські фірми, навіть до того часу, зтикаються з рядом невизначених питань, які є досить суперечливими до нормативних актів, що діють в нашій країні.

У вітчизняній літературі приділяється значна увага розвитку аудиту в Україні. Ці питання розглядалися у багатьох працях вчених: Редько О., Дорош Н.І., Давидов Г.М., Пилипенко І., Шевчук В., Бондар В.П. та інші вчені економісти.

У 2008 р. виповнилось 15 років як в Україні був легалізований аудит. Попри всі негаразди та спроби його скасувати, зробити додатком до ревізії, зобов'язати всіх проходити аудит, відмінити або зменшити поле обов'язкового аудиту - все це свідчить про те, що аудит склався як професійна діяльність і в нього є історична перспектива. Український аудит системно поки що нічим «не гірший» за пересічний аудит у США, Великій Британії чи Франції.

Внаслідок входження України у систему світо господарських зв'язків посилюється завдання виходу національного аудиту на міжнародний рівень. Переклад Міжнародних стандартів аудиту (МСА) державною мовою здійснено аудиторською палатою України (АПУ) згідно із Меморандумом про порозуміння з Міжнародною федерацією бухгалтерів (МФБ) у 2004 р. Стандарти аудиту видання 2004 р. призначені для використання в Україні як посібник для аудиторів, бухгалтерів, керівників фінансових установ та підрозділів.



стандарти аудиту дослівно переведені з англійської мови на українську без урахування нашого національного досвіду та специфіки ведення бухгалтерського обліку в Україні.

Основними проблемами сучасного професійного аудиту є розробка та впровадження економічного механізму регулювання аудиту, що включає в себе великі штрафні санкції за неякісні аудиторські перевірки, страхування аудиторської відповідальності, розвиток цивілізованої конкуренції на ринку аудиторських послуг тощо. На сьогоднішній день відсутній достатній законодавчий фундамент і досвід судового розгляду позовів щодо аудиторів (аудиторських фірм), немає методики оцінки розмірів збитку користувачів від не якісного аудиту, суди не завжди вирішують справи і впроваджують їх у життя, страхові фірми не здатні і не підготовлені до масового страхування аудиторської відповідальності. У відповідності з цим основним аспектом підвищення якості аудиту залишається професійний контроль за якістю аудиторських перевірок. При недотриманні затверджених нормативів до аудиторських фірм (аудиторів) можуть бути застосовані адміністративні санкції аж до позбавлення сертифіката і свідоцтва на право аудиторської діяльності. Але конкретні процедури застосування санкцій ще необхідно розробити. Крім того, слід також розробити порядок оскарження в суді рішення про позбавлення свідоцтва, захист аудитора від необґрунтованого переслідування тощо. Якщо користувач аудиту пред'явить позов аудиторській фірмі щодо відшкодування завданого збитку, то розміри відшкодування повинні суттєво залежати від того, чи дотримувався аудитор аудиторських стандартів.

Аудитор не зобов'язаний перевіряти всі документи клієнта. Перевірка документації може здійснюватися вибірково, з дотриманням вимог, однакових для всіх аудиторів.

Українські стандарти аудиту повинні базуватись на чинному законодавстві, і це робить неприйнятним застосування у нас окремих положень МСА.

По – друге, ряд положень МСА базується на західній загальноприйнятій системі бухгалтерських принципів, які часто суперечать діючим українським принципам обліку.

Потребують вирішення важливі проблеми нормативно – правового регулювання і технології проведення аудиту. В Україні відчувається недостатня кількість аудиторських фірм, висока вартість аудиторських послуг, відсутність необхідних регламентуючих положень про порядок проведення аудиту. Чинники, які гальмують розвиток Аудиторської діяльності в Україні: Перший з них - ціновий. На сьогодні хоч аудиторів і скаргається на падіння вартості аудиторських послуг в Україні, офіційна статистика Аудиторської палати України свідчить про зворотне. Другий чинник – якість аудиторських послуг. Основними причинами скарг є ігнорування аудиторами вимог ДКЦПФРУ до аудиторського висновку, вимог Національних нормативів аудиту, втрата принципу незалежності та підміна аудита ревізією. Третій чинник – методика перевірок. Більшість аудиторів змушені виконувати перевірки, які практично нічим не відрізняються від звичайної документальної ревізії. Досить рідко здійснюється розрахунок суттєвості відхилень, практично не застосовується вибірка, а аудиторський ризик якщо і розраховується, то формально.

Також, багато суперечностей викликає невизначеність формулювання ст. 3 Закону України «Про аудиторську діяльність» про те, що аудиторські послуги можуть надаватися у формі аудиторських перевірок та пов'язаних з ним експертиз, консультацій із питань бухгалтерського обліку, звітності, оподаткування, аналізу фінансово – господарської діяльності та інших видів економіко – правового забезпечення підприємницької діяльності фізичних та юридичних осіб.

На сьогодні аудиторські фірми України можуть надавати достатньо широкий спектр послуг. Тому окреслення кола безпосередньо аудиторських послуг – це одна з найважливіших сучасних проблем теорії аудиту.

Однією з проблем здійснення аудиту в Україні є також неврегульовані питання фінансування робіт зі створення адекватної системи аудиту в Україні та страхування аудиторської діяльності. З узагальнюючого аналізу офіційних звітів аудиторських фірм видно, що деякі з них взагалі не займаються аудитом, а надають тільки консалтингові та інші послуги. В той час як світові тенденції розвитку аудиторських послуг свідчать про скорочення аудиторськими фірмами обсягів консалтингових послуг або виділення з них суб'єктів, що надають консалтингові послуги в окремі структури. Причинами цього є

клієнта різноманітністю послуг, що надаються, шукаючи альтернативні джерела доходів. Українські підприємства все частіше хочуть отримувати від української аудиторської фірми комплекс послуг. Такий клієнт для аудитора є вигідним. Однак широта послуг призводить до виникнення загроз незалежності і, як наслідок, до погіршення якості.

Отже, виникає необхідність розробки на основі МСА національних стандартів аудиту із широким використанням передового зарубіжного досвіду, з урахуванням діючої практики аудиту в Україні.

Багато положень Міжнародних стандартів аудиту базується а маловідомих у нас реаліях, тому деякі розділи українських нормативів більш детальні і доводиться використовувати зрозуміліші для нас аналогії. Таким чином, питання про необхідність змін в аудиті має винятково позитивний характер. Тому до основних напрямків змін у професійному аудиті слід віднести:

1. Підвищення рівня професійної компетентності аудиторів;
2. Організацію контролю якості аудиторських робіт і послуг;
3. Розвиток правового поля аудиту;
4. Забезпечення реальної професійної незалежності аудитора.

*Олексенко С.В.*

### **ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПРОДУКЦІЇ ФЕРМЕРСЬКИХ ГОСПОДАРСТВ**

Актуальним питанням для керівного складу фермерських господарств, є формування організаційно-економічного механізму, який здатен забезпечити ефективне управління конкурентоспроможністю.

Компонентами механізму управління є: принципи і завдання управління, методи, форми, інструменти управління, організаційна структура управління господарюючого суб'єкта та його персонал, інформація та засоби її обробки. Також в структурі організаційно-економічного механізму слід виділити три системи: систему забезпечення, функціональну систему, цільову систему [1].

Система забезпечення організаційно-економічного механізму складається з підсистем правового, ресурсного, нормативно-методичного, наукового, технічного, інформаційного забезпечення управління господарюючим суб'єктом.

Організаційно-економічний механізм управління господарюючим суб'єктом включає наступні основні функціональні підсистеми: планування, організації, мотивації, контролю та регулювання.

Цільова система організаційно-економічного механізму містить у собі цілі і основні результати діяльності господарюючого суб'єкта, а також критерії вибору і оцінки досягнення певних цілей і результатів його діяльності.

В якості організаційно-економічного механізму слід розглядати комплексну систему, що складається з системи забезпечення, функціональної та цільової системи, які містять певну сукупність організаційних і економічних важелів, які впливають на економічні і організаційні параметри системи управління господарюючим суб'єктом з метою забезпечення ефективності управління і отримання конкурентних переваг [2].

Управління конкурентоспроможністю фермерських господарств на індивідуальному та макрорівнях потребує формування комплексної системи управління конкурентоспроможністю продукції. Найпростіша система управління складається з двох елементів, один з яких повинен бути домінуючим та впливати на інший, другий — сприймати цей вплив. Іншими словами будь яка система має об'єкт та суб'єкт управління, які постійно знаходяться у взаємозв'язку та взаємодії [3].

Систему управління можливо розглядати у різних аспектах:

- за елементами;
- за функціями;
- за етапами прийняття управлінських рішень;
- за підсистемами та інше.

Економічний механізм управління створюється для реалізації

господарюючого суб'єкта та представляє собою сукупність принципів, методів, засобів управління, а також адміністративно-правових, економічних важелів, стимулів та органів управління. Механізм управління займає центральне місце в системі управління для приведення системи у дію та забезпечення її ефективного функціонування задля досягнення поставлених цілей та отримання бажаних кінцевих результатів.

Оснoву сучасного вдосконалення системи управління складає розробка принципів управління, уточнення структури, функцій, процесів управління та перестройка економічного механізму управління конкурентоспроможністю продукції.

На наш погляд, формування системи управління конкурентоспроможністю продукції фермерських господарств повинно відповідати ряду вимог.

Серед них слід відмітити орієнтацію виробництва на попит, на задоволення потреб ринку та вимоги конкретних споживачів продукції. В аграрній сфері це передбачає організацію виробництва сільськогосподарської продукції, яка користується попитом та може принести фермерському господарству максимум прибутку. Управління конкурентоспроможністю продукції означає постійне прагнення до підвищення ефективності виробництва та отримання бажаних результатів з меншими затратами.

В сучасних умовах успіх діяльності фермерського господарства в області оперативного забезпечення якістю неможливий без використання сучасної інформаційної бази для багатоваріантних розрахунків при прийнятті оптимальних рішень.

У зв'язку з цим можливо стверджувати, що формування системи управління конкурентоспроможністю продукції фермерських господарств повинно відповідати вимогам, що забезпечують:

- орієнтацію виробництва на попит, потреби ринку (на запити конкретних споживачів);
- постійне прагнення до підвищення ефективності виробництва й одержання оптимальних результатів з меншими витратами;
- господарську самостійність, що забезпечує свободу прийняття рішень тим, хто несе відповідальність за кінцеві результати діяльності організації або її структурних підрозділів;
- гнучкість, здатність здійснювати поточне коригування цілей і програм у залежності від стану кон'юнктури ринку;
- забезпечення взаємозв'язку між матеріальними, фінансовими, інформаційними та трудовими потоками підприємства;
- визначення вимог до якості продукції, транспортування, попитом, споживанням;
- використання сучасної інформаційної бази з комп'ютерною технікою для різноманітних розрахунків при прийнятті обґрунтованих і оптимальних рішень.

Основи методології управління конкурентоспроможністю продукції складають принципи управління, які розглядаються як основоположні загальні правила, положення до управління конкурентоспроможністю. Управління конкурентоспроможністю продукції є однією із підсистем управління виробництвом, у зв'язку з цим побудова та функціонування системи управління конкурентоспроможністю продукції повинно спиратися на загальні принципи, методи управління та відповідати вимогам, які пред'являються до системи управління конкурентоспроможністю продукції.

Ми вважаємо, що основа системи управління конкурентоспроможністю продукції фермерських господарств повинна ґрунтуватися на наступних принципах:

- орієнтація виробництва продукції на ринкову кон'юнктуру;
- принцип цільової стратегії управління;
- принцип системності та комплексності управління конкурентоспроможністю;
- принцип орієнтації на кінцевий результат;
- принцип стимулювання.

Одним із важливих моментів при проектуванні системи управління є виявлення функцій які належать до управління конкурентоспроможністю продукції та встановлення їх взаємозв'язків з виробничими функціями управління. Слід відмітити, що в аграрній сфері дослідження функцій управління конкурентоспроможності продукції поки ще недостатньо розвинуті, що є однією із основних причин відсутності системи управління

конкурентоспроможності продукції.

Проаналізувавши економічну літературу [4], ми дійшли висновки, що у якості основних функцій управління конкурентоспроможністю продукції фермерських господарств слід виділити:

- планування підвищення конкурентоспроможності продукції;
- організація та координація управління;
- контроль забезпечення підвищення конкурентоспроможності;
- оцінка рівня конкурентоспроможності продукції;
- облік та аналіз процесів управління конкурентоспроможністю;
- регулювання процесів управління конкурентоспроможністю.

Для ефективного функціонування системи управління конкурентоспроможністю необхідно визначити обсяг виробництва сільськогосподарської продукції, окреслити заходи які необхідні для досягнення поставлених цілей. Також слід виявити необхідні ресурси для отримання визначеного обсягу виробництва та реалізації. Повинні бути розроблені процеси задля забезпечення переробки компонентів які знаходяться на “вході” системи та готову продукцію на “виході”. Для цього необхідно розробляти організаційні структури, які слугують цілям впровадження цих процесів в діяльність фермерських господарств.

Таким чином організаційний механізм управління конкурентоспроможністю продукції забезпечить перетворення цілей у кінцевий результат. Для досягнення поставлених цілей повинні бути визначені необхідні організаційно-технічні заходи, засоби та механізми досягнення цілей, сукупність необхідних ресурсів.

#### **Список використаних джерел:**

- 1) Піддубна Л.І. Конкурентоспроможність економічних систем: теорія, механізм регулювання управління: / Л.І. Піддубна. — Харків. — ВД «ІНЖЕК» 2007. — 368 с.
- 2) Безрукова Т.Л. Управление конкурентоспособностью предпринимательской организации: монография / Т. Л. Безрукова, Е. И. Сапронов, С. С. Морковина — М. : Изд-во "КноРус", 2008. — 163 с.
- 3) Калюжна Н. Г. Аналіз підходів до визначення системи управління підприємством / Н. Г. Калюжна // Вісник Хмельницького національного університету. — 2011. — № 2, Т. 2. С. 50-53 с. 50.
- 4) Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджменту / Пер. с англ. под ред. О.И. Медведь. — 3-е изд. — М.: Вильямс, 2007 — 665 с., Райс-Джонстон У. Теоретический менеджмент / Пер. с англ. под ред. Л.Н. Ковалик. — СПб: Питер, 2001. — 672 с. Чейз Р.Б., Джейкобз Ф.Р., Аквилано Дж. Производственный и операционный менеджмент / Пер. с англ. О.А. Островский, О.Л. Пелявской. — 10-е изд. — М.: Вильямс, 2007. — 1169 с.

*Пристемський О.С*

### **МЕХАНІЗМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ВИРОБНИЧИХ СИСТЕМ**

Досвід високорозвинутих країн свідчить про те, що виробничі економічні системи (суспільство в цілому, підприємства, приватний бізнес, підприємці) стають тим більше зацікавленими у зміцненні економічної безпеки країни, чим ефективніше розвивається її економіка, чим впевненіше держава створює оптимальні умови для реалізації інтересів, для стабільності. Держава не тільки має гарантувати суспільству і всім решта виробничим економічним системам дотримання принципів свободи підприємства, свободи конкуренції в національних ринках, але й водночас бути надійною опорою в світовій інтеграції.

Економічна безпека держави є не тільки однією з найважливіших складових системи інтересів виробничих систем в країні, а й виступає вирішальною умовою дотримання та реалізації їх економічних інтересів. Через те, пошук механізмів забезпечення економічної безпеки виробничих економічних систем є найважливішою складовою сучасної стабілізаційної економіки, яка покликана розвивати і примножувати результативність виробничих систем.

На рівні забезпечення економічної безпеки для українського суспільства як виробничої макроекономічної системи головними механізмами мають стати: - ефективний механізм демократичного посилення парламентського контролю над розвитком і запровадженням



податкового законодавства;

- механізм продовження співпраці з міжнародними організаціями по боротьбі з відмиванням грошей, незаконною міграцією населення;
- механізм створення населенню країни найбільш сприятливих умов існування (навколишнього середовища) та плідного життя;
- механізм подальшого демографічного розвитку країни, підвищення людського потенціалу;
- механізм забезпечення населення якісними продовольчими товарами та продуктами харчування; механізм паритетної військової оборони країни на основі поєднання контрактної та строкової служби;
- механізм забезпечення існування населення за рахунок власних ресурсів;
- механізм забезпечення енергетичними ресурсами як населення, так і виробничих економічних систем;
- механізм забезпечення ціноутворення та контролю за цінами на товари, роботи, послуги в країні;
- механізм забезпечення фінансово-грошової політики в країні;
- механізм забезпечення ефективного медичного обслуговування та соціального страхування населення.

Рівень економічної безпеки макроекономічної виробничої системи залежить від рівня задоволення стратегічних економічних національних інтересів. На етапі переходу до ринкової економіки стратегічним національним інтересом слід вважати таку системну сукупність характеристик стану економічної сфери, яка повністю відповідає вимогам ринкової економіки. Ці характеристики стану впливають із сутності основних суперечностей, присутніх економічній сфері. Власне вони і є національними економічними інтересами першого рівня і водночас мають стратегічний довготривалий характер.

Економічна безпека макроекономічної виробничої системи має забезпечуватись певними механізмами у таких секторах: бюджетному-грошово-кредитному, інвестиційному, валютному, банківському, фондовому, страховому, внутрішньо-економічному, зовнішньоекономічному та соціальному. Економічна безпека макроекономічних виробничих систем має включати такі найважливіші елементи, як: економічну незалежність, стабільність і стійкість, здатність до саморозвитку і прогресу. Ефективність системи забезпечення економічної безпеки виробничих систем полягає у здатності недопущення небажаних змін у цій сфері у майбутньому. В поточний момент її ефективність може бути оцінена лише розрахунковим методом, реальну її оцінку можна отримати лише на практиці, застосувавши її і побачивши реальні відмінності.

За умов розвитку інтеграційних процесів та глобалізації бізнесу пропонується використовувати наступні показники ефективності забезпечення економічної безпеки виробничих систем: інформативності, економічності та правозахищеності. До першої групи слід віднести показники: наявності ліцензованого програмного забезпечення, наявності електронних правових систем, можливості доступу до інформаційних систем, рівня повноти розробленості власних інформаційних систем управління виробництвом та збутом продукції, рівня забезпечення користувачів комп'ютерною технікою, рівня доступу до консалтингових внутрішніх та зовнішніх служб. До економічних показників ефективності забезпечення безпеки виробничих систем нами пропонуються показники: прибутковості системи, ступеня залежності від основних постачальників сировини, матеріалів; ступеня залежності від основних споживачів продукції, що виробляється; наявності простроченої дебіторської та кредиторської заборгованості, наявності економічних загроз, які можуть у подальшому виникнути.

До показників правозахищеності забезпечення виробничих економічних систем слід віднести показники: логічності і доказанності правового поля, ступеня відповідності внутрішніх документів вимогам законодавства, ступеня використання диспозитарних норм законодавства; ступеня повноти охоплення правовими нормами діяльності виробничої системи; ступеня захищеності різних прав, в тому числі прав власності; ступеня правових загроз, за якими немає прогнозів. Нами розроблена змістовна сторона даних показників, тобто порядок їх розрахунку, і визначено методи, за допомогою яких забезпечується економічна безпека виробничих систем.

Економічні показники визначаються за допомогою експертного або економічного

математичного моделювання, а також розрахункового методу. Показники інформативності та правозахищеності забезпечення виробничих систем в основному визначаються за допомогою експертних методів та методу системного аналізу.

Останній з яких має проводитися за наступним алгоритмом і включає такі етапи: аналіз існуючої економічної стратегії розвитку виробничої системи, аналіз існуючої правової стратегії виробничої системи, аналіз процесів управління та інформаційної структури виробничої системи, аналіз корпоративної культури, аналіз кадрового потенціалу виробничої системи. Важливим елементом системи діагностики загроз виробничим економічним системам є індикатори, які можуть слугувати попереджувальними показниками виникнення тих чи інших загроз.

Отже, застосування механізмів, а також системи оцінюючих показників ефективності забезпечення економічної безпеки виробничих систем дозволить визначити наявність резервів підвищення їх прибутковості, відповідності поточної оцінки її фактичному стану, ступеня захищеності від внутрішніх та зовнішніх загроз і в цілому дотримання економічної безпеки виробничих систем.

#### **Список використаних джерел:**

1. Колпаков П.А. Концептуальные основы экономической безопасности фирмы: автореф. дис. канд. екон. наук / П.А. Колпаков. – М., 2007. – 25 с.
2. Лянной Г. Система экономической безопасности предприятия / Г.Лянной // BOS – журнал о личной и коммерческой безопасности. – 2006. – №7. – С.16-19.
3. Організаційно-економічний механізм забезпечення економічної безпеки підприємства. [Електронний ресурс]. – режим доступу: <http://www.refine.org.ua/pageid-1391-2.html>
4. Шевченко І. Особливості формування економічної безпеки підприємства / І. Шевченко // Наука молода. – 2010. – №10. – С. 178-181.
5. 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

**Станкевич Ю.Ю.**

### **РОЛЬ ЛЮДИНИ У СТАНОВЛЕННІ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ**

На всіх етапах розвитку суспільства людина завжди перебувала в центрі наукового аналізу. Її основні риси, мета й мотиви діяльності, інтереси, уподобання, внутрішній світ тощо ставали предметом дослідження психології, соціології, правознавства, історії. Такі вивчення мають вагомe значення для сьогодення, але, ми вважаємо, що у період становлення постіндустріального інформаційного суспільства провідними повинні бути економічні дослідження. Оскільки за нових умов господарювання принципово змінюється роль людини в економіці. Вона вже не розглядається відповідно до марксистської теорії лише як основна продуктивна сила, а виступає у вигляді одного з провідних суб'єктів ринкової економічної системи, що має свободу вибору, приймає оптимальні економічні рішення з урахуванням усіх наявних можливостей і умов, відповідно до власних пріоритетів і мети, а також прагне до владних авторитетних позицій.

Актуальність вивчення сутності людини в економіці також визначається тим, що вона є носієм не тільки особистих інтересів, але й колективних, суспільних, національно-державних, що пов'язано з її участю у діяльності соціально-економічних організацій різного рівня. Адже сучасна людина повинна вступати до певних груп, для того щоб бути задіяною у суспільному житті та подолати відчуття відокремленості й обмеженості. Отже, ми поділяємо наукову позицію вітчизняного дослідника В. Єременка, що світова цивілізація переходить до нового типу соціально-економічних відносин, в центрі яких стоїть людина, її здібності, діяльність, система соціальних і економічних цінностей [4, с. 50].

З розвитком виробничих відносин та господарської системи в цілому відбувається розширення індивідуальних свобод людини, збільшується можливість її горизонтальної мобільності, що стала ймовірною завдяки розвитку інформаційно-комунікаційних технологій, поширенню глобалізаційних процесів. Серед інших факторів, які впливають на посилення ролі людини в економіці необхідно виділити розвиток індивідуальної та інтелектуальної власності, інтенсифікацію впливу соціальних факторів на реалізацію економічних інтересів.

За умов інформаційної економіки праця людини стає більш творчою та креативною, що неодмінно позначається на постійному збільшенні ролі знань, науки, інтелектуальної власності, культури тощо. Таким чином, становлення нової економіки передбачає зміни не тільки матеріальної, але й духовної складової суспільства, впливаючи на місце людини в сучасному світі. Такі обставини позначаються на розширенні економічних інтересів, збільшенні ваги нематеріальних уподобань. Наслідком таких змін є ототожнення знань та інформації як одних з найбільш важливих ціннісних сучасних об'єктів власності.

Поступово змінюється й характер залучення людини у систему економічних відносин, оскільки вона вже є не тільки працівником, але й власником інтелектуального капіталу, що не можна відділити від його носія. Відомий російський дослідник В.Л. Тамбовцев зазначає: «При створенні інформації найважливішим засобом виробництва є інтелект, який невіддільний від суб'єкта – автора інформації, що створюється. Невіддільні також від суб'єкта думки як стан його мозку» [1, с. 53]. Тобто внутрішня складова (інтелектуальний капітал, вміння, навички, знання) людини стає найбільш пріоритетним напрямом розвитку не тільки самого працівника, але й суспільства в цілому. Отже, за людиною закріплюється роль власника унікальної сукупності знань, вмінь, що використовуються в процесі виробничої діяльності з метою створення матеріальних і нематеріальних благ.

Нова техніка та технологія висувають нові вимоги до людини, зокрема високий рівень професійної підготовки, кваліфікації, освіти. Тим самим суттєво збільшується значення інвестування в людський капітал. Відповідно до теорії інвестування в людський капітал, одним з авторів якої є відомий американський економіст, лауреат Нобелівської премії з економіки 1992 року Гаррі Беккер, нерівності в заробітках пов'язані з різними здібностями індивідів, отриманням спадщини, родинним оточенням тощо, але особливе значення посідають відмінності в освіті та професійній підготовці [2, с. 595]. Тобто останні за умов інформаційної економіки повинні виступати як найбільш пріоритетні та дохідні напрями інвестування.

Людський капітал включає три складові: вітальний капітал, інтелектуальний капітал та духовний [3, с. 90-93]. Перший відображає стан здоров'я людини, другий – його творчий потенціал як учасника виробничого процесу, а третій характеризує людину як носія культури, традицій, історичних цінностей та моралі. Тому не можна говорити лише про розвиток інтелектуальних здібностей, оскільки саме сукупність всіх трьох елементів, їх збалансованість, визначає унікальність, неповторність людського капіталу, що у подальшому зможе приносити його власнику відповідні доходи.

Посилення ролі людини в економічних відносинах на шляху глобалізації виступає одним з важливих напрямків сучасного розвитку, такі тенденції виступають пріоритетними не тільки для окремої країни, а є загальносвітовим вектором зростання, що, у першу чергу, пов'язано з еволюцією людства. В сучасних умовах саме людський капітал отримує визнання як основне багатство нації, запорука стабільного соціально-економічного розвитку. За таких обставин активний розвиток та нагромадження людського капіталу приведе до зниження витрат виробництва, збільшення продуктивності праці та прибутку.

Таким чином, основою нової інформаційної економіки виступає людина, що є суб'єктом господарської системи, прагне до самореалізації, ототожнює себе як носія унікальної сукупності знань, вмінь, навичок, які спрямовані на саморозвиток та визнання. Тому така багатогранна людина повинна бути поставлена в центр економічного розвитку.

#### **Список використаних джерел:**

1. Тамбовцев В.Л. Пятый рынок: экономические проблемы производства информации: Монография / В.Л. Тамбовцев. - М. : Издательство МГУ, 1993. - 127 с.
2. Беккер Г. Человеческое поведение: экономический подход: Избр. тр. по экон. теории / Гэри Беккер; науч. ред. пер. Р. И.Капелюшников; пер. с англ. Е. В.Батракова. – М. : ГУВШЭ, 2003. – 671 с.
3. Савченко П.В. Двойственная природа человека: человек как субъект экономики и общества / П.В. Савченко, М.Н. Федорова // Проблемы современной экономики. – 2009. - № 2 (30). – С. 90 – 93.
4. Єременко В. Сучасна парадигма економічної науки / В. Єременко // Економіка України. – 1994. - № 11. – С. 50-55.

## ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ КОРПОРАТИВНИХ ПІДПРИЄМСТВ

У сучасних умовах головними напрямками роботи з підвищення ефективності діяльності корпоративних підприємств є зміна ставлення працівників до праці, забезпечення її сучасної організації, творчої спрямованості. Саме реалізація цих напрямів створює передумови для розвитку організаційної культури.

Організаційна культура в концентрованому вигляді являє собою політику та ідеологію життєдіяльності організації, систему її пріоритетів, критерії мотивації та розподілу влади, характеристику соціальних цінностей та норм поведінки. Елементи організаційної культури є орієнтиром в ухваленні керівництвом організації управлінських рішень, налагодженні контролю за поведінкою та взаєминами співробітників у процесі оцінювання виробничих, господарських та соціальних ситуацій.

Формування організаційної культури відбувається з часом, вона вбирає досвід працівників, плоди їх виховання, враховує цілі та установки організації. Ми вважаємо, що загальна мета організаційної культури - це створення в організаціях здорового психологічного клімату для об'єднання працівників в єдиний колектив, що сповідує певні єдині етичні, моральні та культурні цінності.

Ми погоджуємось з тим, що організаційна культура має певний набір елементів: символи, цінності, вірування, припущення. Виокремлюють три рівні організаційної культури [2, С. 143-184].

Перший рівень, або поверхневий, включає, з одного боку, такі видимі зовнішні факти, як архітектура, поведінка, мова, технологія, гасла, а з іншого — все те, що можна відчувати та сприймати за допомогою відчуттів людини. На цьому рівні речі і явища виявити легко, але не завжди їх можна розшифрувати та інтерпретувати в термінах організаційної культури.

Другий рівень, або підповерхневий, передбачає вивчення цінностей і вірувань. Їх сприйняття має свідомий характер та залежить від бажання людей.

Третій рівень, або глибинний, включає базові припущення, що визначають поведінку людей: ставлення до природи, розуміння реальності часу та простору, ставлення до інших людей, до роботи. Без спеціального зосередження ці припущення важко усвідомити навіть членам організації.

Дослідники організаційної культури часто обмежуються під поверхневим рівнем, оскільки на глибинному рівні виникають майже непереборні труднощі. Між тим, властивості організаційної культури базуються на таких істотних ознаках: загальність, неформальність, стійкість.

Е. Шейн розглядає організаційну культуру як продукт досвіду соціальних груп; групи розвивають сильні культури тоді, коли володіють стабільним і однорідним складом та існують протягом тривалого періоду часу [9].

Ефективна організаційна культура корпоративних підприємств формується і змінюється поступово, особливо коли новим членам групи необхідно проходити соціалізацію в рамках існуючої культури. Такий аналіз вказує на ряд важливих моментів:

- корпоративні підприємства можуть створювати різноманітні субкультури, в основі яких знаходяться різні групи, а не єдину організаційну культуру;
- формування організаційної культури є повільною справою, тому якщо вона суперечить існуючим груповим культурам, то, маловірогідно, що цей процес буде успішним, скільки б зусиль не докладали керівники корпоративного підприємства;
- ще один важливий момент, в доповнення до аналізу Е. Шейна, полягає в тому, що на культури всередині підприємства, впливають культурні зразки, існуючі в суспільстві в цілому [9, С.78-82].

Крім формування цих загальних поглядів, організаційна культура підприємства забезпечує гармонізацію колективних та індивідуальних інтересів працівників. У рамках організаційної культури кожен працівник корпоративного підприємства усвідомлює свою роль у загальній системі управління, те, що від нього чекають і як щонайкраще він на це може відповісти конкретною працею. У свою чергу, кожен знає, що він



підприємства, якщо буде плідно виконувати свої обов'язки. Нарешті, кожен відчуває, що коли він порушить «писані» або «неписані» норми підприємства, то буде покараний і що, ця кара може йти не обов'язково від вищого керівництва, а й від колег, співробітників. У такий спосіб сформована організаційна культура мобілізує енергію його членів і спрямовує їх на досягнення стратегічних цілей, подальший розвиток підприємства.

Правильно сформульовану і побудовану організаційну культуру варто розглядати як могутній стратегічний інструмент, що дозволяє координувати роботу всіх структурних підрозділів та окремих членів колективу для досягнення поставлених цілей у рамках обраної місії.

Формування культури організації пов'язане з зовнішнім для організації оточенням: ділове середовище в цілому і в галузі зокрема і зразки національної культури.

Елементи організаційної культури формуються, з одного боку, як результат багаторазового досвіду даного підприємства по успішному вирішенню його проблем, тому й закріпленого в організаційній структурі і процесах управління, з іншого - як результат активного впливу суб'єктивного чинника у вигляді владних установок менеджерів-лідерів.

Ефективне формування організаційної культури корпоративних підприємств можливе за умови наявності адекватного механізму, теоретична модель якого включає систему взаємопов'язаних елементів, функцій, принципів та самого процесу функціонування механізму. Функції механізму передбачають прогнозування різних сценаріїв розвитку корпоративного підприємства на основі фактору організаційної культури, а принципи є основою побудови механізму і забезпечують його оптимальне функціонування в будь-яких умовах.

Високий рівень стратегії персоналу і організаційної культури - запорука успіху організації.

#### **Список використаних джерел**

3. Виханский О.С. Менеджмент: человек, стратегия, организация, процесс: [Текст] / О.С. Виханский; под. ред. А.И. Наумова - М.: Дашков и Ко, 2006. – 184 с.
4. Грошев И.В. Организационная культура: [Учебное пособие] / И.В. Грошев.- М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004.- 288 с.
5. Иванова С. Корпоративная культура - эффективное средство мотивации сотрудников: [Текст] / С. Иванова // Служба персонала. – 1998. - №9. – с. 22-29.
6. Костіна Т.В. Корпоративна культура: її сутність і формування в Україні: [Текст] / Т.В. Костіна // Вісник ДонНУЕТ. – 2008. - №3. – с.77-84.
7. Кричевский Р.Л. Если Вы – руководитель... Элементы психологии менеджмента в повседневной работе: [Текст] / Р.Л. Кричевський – М.: Дело, 1993.- 228 с.
8. Максименко А.А. Организационная культура : системно-психологические описания: [Учебное пособие] / А.А. Максименко. – Кострома: КГУ, 2003.-168 с.
9. Смирнов Е.А. Основы теории организации: [Навчальний посібник для вузів] / Е.А. Смирнов - М.: Изд-во «ЮНИТИ», 2005. -375с.
10. Соломанидина Т.О. Организационная культура компании: [Учебное пособие] / Т.О. Соломанидина. - М.: ООО «Журнал управление персоналом», 2003. - 456 с.
11. Шейн Э. Организационная культура и лидерство: Построение, эволюция, совершенствование [Текст] / Шейн Э.; пер. с англ. С.Жильцова. А.Чеха; под ред. В.А.Спивака. - СПб.: Питер, 2002. – 336 с.

**Тюхтенко О.О.**

### **ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ**

Сучасний стан соціально-економічного розвитку України посилює необхідність пошуку шляхів підвищення конкурентоспроможності як економіки в цілому, так і кожного господарюючого суб'єкта зокрема. Конкурентні умови функціонування суб'єктів господарювання всіх організаційно-правових форм та видів економічної діяльності є об'єктивно необхідними як з огляду на світові глобалізаційні процеси, так і на внутрішньовітчизняні реалії. Зокрема, входження України у систему господарських відносин СОТ, прямування курсом всебічної глобалізації та інтернаціоналізації суспільного виробництва, посилення інвестиційно-

інноваційної активності господарюючих систем, загострення впливу кризових явищ у глобальному масштабі, значною мірою призводять до конкуренції між виробниками матеріальних благ як на національному, так і на світовому рівнях.

За таких умов одним із важливих напрямів стратегії розвитку України є вирішення ряду питань, пов'язаних із формуванням умов для підвищення рівня конкурентоспроможності малих підприємств як однієї із рушійних сил у забезпеченні економічного зростання.

Малі підприємства - досить поширена й ефективна форма господарювання. Саме мале підприємництво здатне найоперативніше реагувати на кон'юнктуру ринку і таким чином надавати ринковій економіці необхідної гнучкості. Ця властивість малого бізнесу набуває особливого значення в сучасних умовах, коли відбувається швидка індивідуалізація і диференціація споживацького попиту, прискорення науково-технічного прогресу, розширення номенклатури товарів і послуг. Крім того, малий бізнес мобілізує значні фінансові й виробничі ресурси населення (в тому числі трудові й сировинні), які за його відсутності не були б використані.

Про можливість малого бізнесу в цьому плані свідчить досвід промислово розвинутих країн. На малий бізнес тут припадає до 90-95% усіх підприємств і до 20-60% валового національного продукту [1]. Особливу роль відіграє мале підприємництво у сфері послуг і торгівлі.

Істотно впливає малий бізнес на формування конкурентного середовища, що для нашої високомонополізованої економіки має першочергове значення.

Мале підприємництво антимонопольне за своєю природою. Це проявляється в різних аспектах його функціонування. З одного боку, воно в силу численності функціонуючих господарств і їхньої високої динаміки меншою мірою піддається монополізації, ніж великі підприємства. З іншого боку, мале підприємництво виступає досить відчутним конкурентом, що підривав монополічні позиції великих корпорацій. Саме ця якість малого бізнесу, до речі, зіграла неабияку роль у послабленні, а часом і в подоланні промислово розвинутих країнами властивої крупному капіталу тенденції до монополізації і затримки технічного прогресу.

Чимала роль малого бізнесу в здійсненні прориву на важливіших напрямках науково-технічного прогресу, насамперед у галузях електроніки, кібернетики та інформатики. В США на малий бізнес припадає близько 50% науково-технічних розробок [2]. Значення цієї справи для нашої економіки важко переоцінити, маючи, зокрема, на увазі необхідність кардинальної структурної перебудови економіки й широкого розгортання процесу конверсії.

Розвиток малого бізнесу також виступає дійовим фактором, що пом'якшує соціальну напругу і сприяє демократизації ринкових відносин, тому що саме він є фундаментальною основою формування "середнього класу", а отже, й послаблення властивої ринковій економіці тенденції до соціальної диференціації.

Зазначене вище переконливо свідчить, що розвиток малого бізнесу - це могутній фактор реформування економіки: створення соціально орієнтованого ринкового механізму, подолання нинішнього кризового спаду виробництва, забезпечення передумов для економічного піднесення і формування ефективного конкурентоспроможного ринкового середовища.

#### **Список використаних джерел:**

Структурні реформи економіки: світовий досвід, інститути, стратегії для України: монографія / О.І. Амоша, С.С. Аптекарь, М.Г. Білопольский, С.І. Юрій та ін. – ІЕП НАН України, ТНЕУ МОНМС України. – Тернопіль: Економічна думка ТНЕУ, 2011. – 848с.

Оскольский В.В. Спілка економістів України і політика економічних реформ – будемо нову країну // За заг. ред. Академіка АЕН України, професора В.В. Оскольского. / Упорядк. В.В. Гуменюк, М.Ф. Ярош. – К.: Спілка економістів України, 2010. – 320 с.

*Атаманчук М.*

### **СУТНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА: ІСТРИКО-ЕКОНОМІЧНІ ЗАСАДИ ВИЗНАЧЕННЯ ПІДПРИЄМСТВА**

В історії розвитку економічних відносин поняття «підприємство» розглядалось з різних аспектів та мало різні визначення, які були актуальними в певний період часу.

В Античність, «підприємництвом» вважалось заняття, справа, діяльність, особливо

комерційна, а підприємцем - орендар, людина, що веде громадське будівництво. У Середньовіччі поняття «підприємство» вживалося в кількох сенсах. Перш за все -- зовнішня торгівля. Приклад такого підприємництва дає Марко Поло, італійський купець та мандрівник, який стояв біля витоків розвитку торгівлі між Європою та Китаєм. Починаючи торговий шлях, торговець (підприємець) підписував контракт з купцем (банком) на продаж товарів. Підприємницькою діяльністю вважалися організація парадів і балаганів, а також великі виробничі чи будівельні проекти. На думку Берта Хозеліца, «типичним підприємцем у середні століття було духовна особа, яка здійснювала великий обсяг архітектурних робіт, зведення замків, будівництво фортифікаційних споруд, громадських будівель, монастирів, кафедральних соборів».

У XVII столітті, підприємцем стали називати людину, яка уклала з державою контракт на виконання робіт або на постачання певної продукції.

Вперше економічне визначення слова «підприємство» з'явилося у Загальному словнику комерції, виданому в Парижі в 1723 р., де під ним розумілося виробництво або будівництво об'єкта, яке зобов'язувалась виконати людина.

Вперше наукове визначення слова «підприємство» з'явилося в роботах англійського економіста Річарда Кантільона. Під ним він розумів діяльність людини, що діє в умовах ризику, у зв'язку з тим, що торговці, фермери, ремісники та інші дрібні власники купують за певною ціною, а продають - по невідомій.

Француз К. Бодо (фізіократи) розвинув цю ідею далі Р. Кантільона. Ним було відзначено, що підприємець повинен володіти певним інтелектом, тобто різною інформацією і знаннями. А ще один француз-економіст, Тюрго, вважав, що підприємець повинен володіти не тільки певною інформацією, але і капіталом. Він зазначав, що капітал є основою всієї економіки, прибуток - мета успіху підприємця, основа розвитку виробництва. А. Маршалл і його послідовники вважали, що підприємцем може бути не кожен, адже головний стрижень підприємництва - організаторська здатність - є не у всіх.

Нині в економічних теоріях домінує місце серед суб'єктів господарського механізму належить підприємству. Це зумовлено його особливими економічними і соціальними функціями в економічній системі, а саме функціями товаровиробника, який задовольняє суспільні потреби у продукції та послугах.

Поняття "підприємство" є узагальнюючим, або збірним. Воно, по-перше, визначає підприємства як суб'єктів господарського механізму. По-друге, це поняття є загальногалузевим, тобто взагалі визначає промислові (фабрики, заводи, шахти), будівельні, транспортні, сільськогосподарські, торговельні та інші підприємства.

Поняття "підприємство" має два аспекти. У Цивільному кодексі України його визначено як "єдиний майновий комплекс, що використовується для здійснення підприємницької діяльності". Виходячи з цього воно "є нерухомістю". Тому "підприємство або його частина можуть бути об'єктом купівлі-продажу, застави, оренди та інших правочинів".

Таким чином, підприємство - це самостійна господарська організація, створена і зареєстрована у встановленому законом порядку для здійснення господарської діяльності з метою задоволення суспільних потреб у товарі (продукції, роботах, послугах) і одержання прибутку, яка діє на підставі статуту, користується правами і виконує обов'язки щодо своєї діяльності, є юридичною особою, має самостійний баланс, поточний та інші рахунки в банках.

#### **Список використаних джерел:**

1. Цивільний кодекс України від 16.01.2003 № 435-IV (з останніми змінами згідно із Законом України від 23.06.2005 № 2710-IV)
2. <http://msu.kharkov.ua/tc/cons/organiz.html>
3. <http://ukrkniga.org.ua/ukrkniga-text/669/15>
4. Агеев А.И. Підприємництво: проблеми власності і культури. - М.: Наука, 1991 р.

## ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ

В умови сьогодення багато фахівців усвідомлюють принципово важливу роль стратегічного маркетингу. Причому це актуально для підприємств будь-якої галузі економіки. Ще кілька років тому стратегічний маркетинг представлявся, перш за все, як визначення загального напрямку діяльності фірми, орієнтованої в майбутнє і реагуючий на зміну зовнішніх умов. В сучасних умовах кожне підприємство зацікавлене в ефективному управлінні своєю маркетинговою діяльністю. Зокрема, йому необхідно знати, як аналізувати ринкові можливості, розробляти ефективний комплекс маркетингу і успішно управляти втіленням у життя маркетингових зусиль. Таким чином, сутність маркетингової стратегії полягає в пошуку рішень, спрямованих на задоволення потреб споживачів і на отримання у них переваг в порівнянні з конкурентами за допомогою спеціальних ринкових заходів. Але останнім часом, основний акцент робиться на формування орієнтованої на ринок ефективної організаційної та управлінської системи і розподіл, відповідно до цього управлінських ресурсів. Інакше кажучи, маркетингова стратегія розглядається як об'єднана система організації всієї роботи фірми і євляється одним із найважливіших елементів організації маркетингової діяльності, що передбачає здійснення комплекс базових рішень, спрямованих на досягнення генеральної мети фірми і вихідних з оцінки ринкової ситуації і власних можливостей, а також інших факторів та сил навколишнього середовища маркетингу. Ефективна маркетингова стратегія допоможе підприємству вижити в несприятливому зовнішньому середовищі.

У зв'язку з цим утворюється необхідність розробки маркетингової стратегії підприємства, яка відповідала б умовам ринку і внутрішньої складової організації. Жодне підприємство не може обійтися без планомірного і обґрунтованого процесу формування маркетингової стратегії. Якщо підприємство займає стійкі ринкові позиції, стабільний розвиток і має на меті подальше зростання обсягів збуту, прибутку та масштабів діяльності, то можливі три варіанти:

1. Інтенсифікація існуючих можливостей та ресурсів фірми – інтенсифікаційний ріст;
2. Об'єднання зусиль з іншими підприємствами – інтегративний ріст;
3. Вихід в інші сфери бізнесу, які не пов'язані з основною діяльністю підприємства – диверсифікаційний ріст.

Вибір маркетингової стратегії залежить, перш за все, від ситуації, в якій знаходиться підприємство, тому маркетингові програми, як короткострокові, так і довгострокові потребують розробки і застосування такої стратегії, яка при заданих умовах максимально відповідала б державній економічній політиці, і, в той же час, забезпечувала б комерційним структурам необхідну ефективність, рентабельність і матеріальну зацікавленість в результатах праці.

Формування маркетингової стратегії може включати:

- розробку маркетингової політики підприємства в цілому;
- розробку маркетингового плану;
- виявлення конкурентних переваг;
- розробку рекомендацій за системою збуту і каналів розподілу товару;
- розробку стратегії по просуванню продуктів і послуг на ринок;
- формування політики в області стимулювання збуту;
- розробку системи мотивації споживачів;
- рішення по залученню і утриманню прибуткових клієнтів.

При формуванні маркетингової стратегії слід враховувати вплив факторів як зовнішніх так і внутрішніх – це допоможе фірмі сформувати необхідну маркетингову стратегію, яка б повністю відображала можливості і потреби фірми, а також враховувала мінливі ринкові умови і конкурентне середовище.

Удосконалення маркетингової стратегії підприємства полягає в тому, щоб у відділі маркетингу були сконцентровані фахівці у галузі інформатики, економіки, рекламних технологій, організуванні в підприємстві раду з маркетингу, чітко розробленому комплекс маркетингу та використанні стратегічного планування.

Однак, головне призначення маркетингової стратегії полягає в тому, щоб

маркетингові цілі підприємства з його можливостями, вимогами споживачів, використати слабкі позиції конкурентів та свої конкурентні переваги.

Для забезпечення ефективності своєї діяльності важливо знати, які існують можливості внутрішнього середовища і загрози зовнішнього, вміти підбирати цільові ринки, розробляти ефективний комплекс маркетингу і успішно управляти втіленням у життя маркетингових зусиль. Тому важливо вибрати правильну маркетингову стратегію, спрямовану на задоволення потреб споживачів і на отримання переваг в порівнянні з конкурентами за допомогою спеціальних ринкових заходів.

Таким чином, стратегічний маркетинг стає ключовою ланкою формування та збереження конкурентоспроможності бізнесу. Насичення та стагнація ринку призводить до зменшення ефективності традиційних засобів впливу на споживача. Значніші зміни також зумовлені трансформацією споживчої поведінки, пов'язаної із кризовими явищами. Все це вимагає впровадження на підприємствах системи стратегічного маркетингового планування і, як наслідок, перегляду маркетингових інвестицій і спрямування їх в ефективні комунікаційні канали, перегляду позиціонування брендів та оптимізації бізнес-портфелів.

#### **Список використаних джерел:**

1. Азов Г. Л. Конкуренція: анализ, стратегия и практика/Г.Л. Азов//М.:ЦЭИМ.-2001.- С. 20-27.
2. Куденко Н.В. Стратегічний маркетинг/Н.В. Куденко//Навч. посібник. - К.: КНЕ.-1998. – С.58-59.
3. Багиев Г.Л., Моисеева Н.К., Никифорова С.В. Международный маркетинг/Г.Л. Багиев, Н.К. Моисеева, С.В. Никифорова//СПб: Питер.- 2001. – С. 136-138.

**Базванова О.О.**

### **УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ПОЛІТИКОЮ ПІДПРИЄМСТВА**

В умовах становлення ринкової економіки України діяльність підприємств отримує певну специфіку, оскільки підвищується рівень невизначеності і ризику, зростає інтенсивність конкуренції, покупці стають усе більш вимогливими до якості товарів і послуг. Успішне функціонування підприємств у даних умовах залежить не тільки від вдосконалення внутрішньогосподарської діяльності, а головним чином від того, як воно може пристосуватися до постійних змін у зовнішньому середовищі.

На сьогодні саме властивості і характеристики товару визначають напрям ринкової і всієї виробничої політики підприємства. Всі заходи, пов'язані з товаром, тобто його створення, виробництво й удосконалення, реалізація на ринках, сервісне обслуговування, розробка рекламних заходів, а також зняття товару з виробництва, займають центральне місце в усій діяльності товаровиробника і є складовими його товарної політики [1].

Кожне підприємство постійно шукає відповідь на питання: Що виробляти? Як виробляти? В яких обсягах виробляти? Питання ефективного формування товарної політики є актуальним, оскільки саме товар є результатом діяльності підприємства, джерелом його прибутків, основою подальшого функціонування та розвитку.

Минули часи обмеженості продуктового асортименту, визначеності та стабільності цін, планових обсягів виробництва товарів. На даний момент ринок товарів і послуг бездефіцитний. Широкий вибір товарів зумовлює конкуренцію та боротьбу товаровиробників за споживача.

За визначенням Н.В.Мурашкіна [2], товарна політика – це діяльність, спрямована на формування асортименту і управління ним з урахуванням внутрішніх і зовнішніх чинників впливу на товар, його створення, виробництво і продаж, а також юридичне підкріплення такої діяльності. П.С.Зав'ялов пропонує таке визначення: товарна політика – це багаторівнева і складна сфера діяльності маркетингу, яка вимагає прийняття рішень з урахуванням конкретних особливостей товарної номенклатури, товарного асортименту, використання марочних назв, упаковки, оформлення, корисності товару, послуг, сервісу тощо [3].

Також останніми роками питання товарної політики підприємств маркетингової орієнтації все більше досліджується та аналізується вітчизняними економістами.

Найбільшого відгуку згадана проблема знайшла у працях Герасимяка Н.В. [4], Голошубової Н.О. [5], Ілляшенка СМ., Кардаша В.Я. [6], Сербіненка Н., Герасим'як М. [7],

Холодного Т.О. [8] та ін.

Метою даного дослідження є розробка та теоретичне обґрунтування методичних підходів і практичних рекомендацій щодо управління товарною політикою на підприємствах, зокрема її формування в системі маркетингу, яка буде сприяти забезпеченню їх ефективного функціонування.

Відсутність генерального, стратегічного курсу дій підприємства, що визначає довгострокову товарну політику, часто призводить до прийняття неправильних рішень, неефективного використання сил і засобів. Зрозуміло, що товарну політику неможливо відокремити від реальних умов діяльності підприємства, специфіки його виду діяльності. Але разом з тим, як свідчить практика, промислові підприємства, які знаходяться приблизно в однакових економічних умовах, по-різному розв'язують свої товарні проблеми: одні проявляють розгубленість, беспорядність, інші, орієнтуючись на принципи і методи маркетингу, знаходять перспективні шляхи [2].

Товарна політика відіграє важливу роль у здійсненні комерційної і маркетингової діяльності підприємства на ринку. Маркетинговим аспектом є дії, спрямовані на забезпечення споживачів товарами та послугами, а комерційний аспект – це досягнення економічної ефективності діяльності підприємства при здійсненні закупок і збуту продукції.

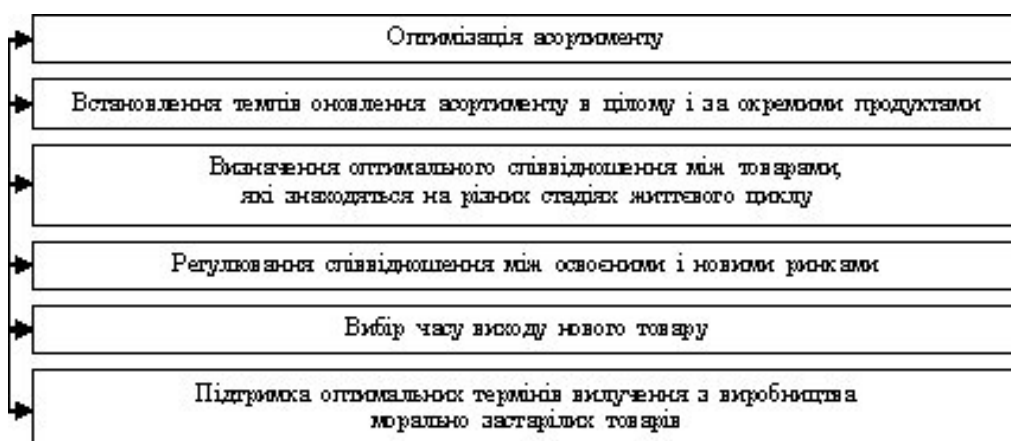
Основні напрями та принципи розробки товарної політики безпосередньо залежать від чітко визначеної генеральної стратегії підприємства. Для правильного ефективного формування товарної політики необхідне забезпечення таких умов:

- наявність довгострокової генеральної стратегії;
- чітке уявлення про цілі виробництва і збуту продукції на перспективу;
- досконале знання конкурентного ринку та його потреб;
- адекватна оцінка своїх можливостей і ресурсів [1].

На сучасному етапі розвитку економіки можна виділити такі основні завдання товарної політики (рис. 1).

Більшість проблем товарної політики підприємств є неструктурованими, невизначеними і заздалегідь непрогнозованими. Крім того, досить часто вони передбачають кілька варіантів розв'язку. Тому важливими є високопрофесійний аналіз даних і оперативна розробка альтернативних рішень проблем. Добре продумана товарна політика не тільки дозволяє оптимізувати процес формування та оновлення асортименту, але й слугує для керівництва підприємства своєрідним орієнтиром загального напрямку дій.

Рис.1 Основні завдання товарної політики.



Сьогодні можна виділити такі основні проблеми формування товарної політики:

- 1) забезпечення належного рівня якості;
- 2) формування оптимального товарного асортименту;
- 3) створення і виробництво нових товарів і послуг;
- 4) позиціонування товарів;
- 5) управління життєвим циклом товару;
- 6) забезпечення якісного сервісу.

Товарна політика – це складний комплекс узгоджених маркетингово орієнтованих дій, методів і принципів діяльності підприємства, пов'язаних з розробкою, виготовленням, просуванням на ринок і зняттям з виробництва товарів.

Визначено, що аналіз завдань і функцій, окреслення і визначення основних проблем формування товарної політики може бути відправною точкою для ефективного формування товарної політики на підприємстві.

**Список використаних джерел:**

1. Завьялов П.С. Маркетинг в схемах, рисунках, таблицях: Учеб. пособие. – М.: ИНФРА-М, 2002. – 496 с.
2. Маркетинг: Учеб. пособие / Под общ. ред. проф. Н.В. Мурашкина. – Псков, 2000. – 361с.
3. Кредисов А., Наумова В. Маркетинг на зламі ХХ і ХХІ ст.: особливості та перспективи розвитку // Економіка України - 1999. - №9. - С.4-11.
4. Герасим'як Н.В. Основні аспекти формування маркетингової товарної політики підприємств // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2008. – № 2, Т. 1. – С. 60-62.
5. Голошубова Н.О. Розробка товарної політики на підприємствах оптової торгівлі в системі маркетингу / Н.О. Голошубова, Н.І. Трішкіна // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2005. – № 4, Ч. 2, Т. 1. – С. 18-27.
6. Кардаш В.Я. Товарна інноваційна політика: Навч. посібник. – К.: КНЕУ, 2006. – С. 5-29.
7. Сербіненко Н. Маркетингова товарна політика виробничого підприємства України / Н.Сербіненко, М. Гергель // Економіка та підприємництво. Держава та регіони. 2007. – № 3. – С. 220-224.
8. Холодний Т.О. Маркетингова товарна політика: Навч. посібник. – Харків: Вид. ХНЕУ, 2006. – С. 197-201.

*Берьозкін П.І*

**ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ МАТЕРІАЛЬНИХ РЕСУРСІВ ТА РОЗРОБКА ПРОПОЗИЦІЙ ЩОДО ЇХ ПОЛІПШЕННЯ**

Матеріальні ресурси – це складова виробничих ресурсів, які беруть участь у процесі господарської діяльності протягом одного виробничого циклу, при цьому повністю змінюють свою форму та переносять свою вартість на витрати підприємства .

Матеріальні ресурси – це об'єктивно необхідні умови функціонування виробництва. Вони все більше впливають на зростання його ефективності та якості роботи. Здебільшого від рівня управління ресурсами, його координації з процесом виробництва залежать основні показники діяльності підприємств — виконання плану реалізації, зростання продуктивності праці, зниження собівартості продукції, прискорення оборотності оборотних засобів. Це обумовлено такими факторами значимості матеріальних ресурсів у виробництві:

- виробничі запаси складаються в основному з сум власних оборотних засобів, тому прискорення їх оборотності – великий резерв підвищення ефективності;
- витрати на матеріальні ресурси – основна частина собівартості продукції;
- правильна організація управління матеріальними ресурсами підприємства – умова ритмічності виробництва;
- більш жорстке нормування витрат матеріальних ресурсів та лімітування вимагають посилення режиму економії.

Конкретний склад матеріальних запасів кожного підприємства визначається характером його виробничої діяльності, належністю до певної галузевої групи, видами продукції, що випускається, але при всій різноманітності матеріалів, що використовуються, вони складають основу виробничого процесу, в них вкладена більша частина оборотних засобів.

Матеріальні ресурси поділяють на засоби праці та предмети праці: засоби праці характеризують ступінь оволодіння та підпорядкування сил природи виробництву матеріальних благ; предмети праці поділяють на два види: перший – речовини, що вперше відокремлюються працею від природи та перетворюються на продукт, другий – сирі матеріали або сировина

речовини, що пройшли обробку. Засоби та предмети праці по-різному поводять себе у процесі відтворення: зміна предметів праці відбувається людиною за допомогою засобів праці, при цьому оброблений предмет праці може перетворюватись на засіб праці у іншому трудовому процесі.

Виходячи з економічної сутності матеріальних ресурсів та їх ролі у процесі виробництва, досконала організація, збалансованість, своєчасність та забезпеченість в достатній кількості матеріальними ресурсами підприємства визначають результативність, ефективність, екологічність та конкурентоспроможність його функціонування.

Управління матеріальними ресурсами — це система організацій, відомств, служб, підприємств, спрямована на забезпечення безперервного виробничого процесу, ритмічного випуску продукції, технічного вдосконалення засобів виробництва, ефективної організації використання матеріальних ресурсів на всіх стадіях виробництва, впровадження науково-технічного прогресу в народне господарство.

Ефективність управління — успіх у досягненні мети при оптимальних затратах для одержання відповідного результату.

Особливістю системи управління матеріальними ресурсами є відсутність в ній ієрархії управління, бо рух матеріальних ресурсів здійснюється не директивною, а за допомогою реальних економічних засобів. У такій системі всі її користувачі знаходяться в рівноправному положенні, а якщо і будуть привілеї, то тільки у добре працюючих підприємств.

В умовах ринкової економіки завдяки конкуренції між товаровиробниками встановлюється найбільш поширений рівень витрат матеріальних ресурсів, який і є суспільно необхідним. Для певного періоду часу цей рівень стабільний, з тенденцією до зниження.

Частину матеріальних ресурсів підприємства за матеріально-речовим складом поділяють на основні засоби, а за економічною формою — основні фонди. Основні засоби своєю матеріально-речовою формою беруть участь у створенні споживчої вартості. Розрізняють галузеву та технологічну структуру основних засобів. Основні фонди є економічною формою засобів праці, що функціонують у виробничому процесі протягом багатьох кругообігів, частково, в міру зношування, переносять свою вартість на новостворений продукт, відтворюючись через кілька виробничих циклів, вони обчислюються у грошовому вираженні для визначення їх загального обсягу, динаміки і структури, величини вартості, що переноситься на вартість готової продукції, для встановлення зміни величини основних фондів за окремими галузями і підприємствами за певний період.

За виробничим призначенням та матеріально-речовим змістом основні фонди поділяють на будівлі, споруди, передавальні пристрої, машини та обладнання, за призначенням їх поділяють на виробничі та невиробничі.

Залежно від суспільної форми матеріальні ресурси поділяють на основний та оборотний капітал, які в сукупності являють собою продуктивний капітал. Основний капітал повністю бере участь у виробництві життєвих благ та переносить свою вартість на новостворений продукт частинами, залежно від ступеня зношуваності. В його структурі виділяють активну і пасивну частини.

#### **Список використаних джерел:**

1. Афанасьева Н. Логистические системы и российские реформы / Наталия Афанасьева – Изд-во СПбУЭиФ, 2005. – 147 с.
2. Багиев Г. Основы организации маркетинговой деятельности на предприятии / Георгий Багиев – Л.: ЛОПВНТОЭ, 2000. – 718 с.
3. Багиев Г.Л. Мотивация коммерческих коммуникаций в системе маркетинга / Г.Л. Багиев, Н.И. Красикова – СПб.: Изд-во СПбУЭиФ, 2004. – 86 с.
4. Багиев Г.Л. Маркетинг средств производства / Учебное пособие / Г.Л. Багиев, О.А. Новиков. – Л.: ЛФЭИ, 2001. – 90 с.





## ФОРМУВАННЯ БІЗНЕС-СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА ТА ЕТАПИ РОЗРОБКИ ЙОГО БІЗНЕС ПЛАНУ

Підприємство - це самостійний господарський суб'єкт, що має право юридичної особи і здійснює виробничу, науково-дослідну та комерційну діяльність з метою одержання прибутку.

Бізнес-стратегія – це план управління окремою сферою бізнес-діяльності підприємства, що ґрунтується на діях і підходах, спрямованих на забезпечення успішної діяльності в одній специфічній сфері бізнесу (роздрібній торгівлі).

Ефективна розробка бізнес-стратегії підприємства можлива в разі узгодженості таких ключових аспектів бізнесу: концептуалізації, візії (або стратегічного бачення), внутрішнього середовища. Розуміння й гармонізація цих аспектів є безперервним, динамічним й ітеративним процесом, оскільки у будь-якій складній системі, зміна зовнішнього середовища або одного з аспектів вимагає змін у решті. Впровадження бізнес-стратегії як системи пріоритетів, що включає створення й утримання конкурентних переваг на ринку здійснюється за допомогою реалізації певних завдань і проектів, взаємопов'язаних за завданнями, термінами здійснення та ресурсами. Узгодження всіх імперативів бізнесу має обов'язковий характер, оскільки це має вирішальне значення для розробки бізнес-стратегії, і жоден з аспектів не може бути проігнорованим. Основна роль належить імперативу забезпечення, оскільки вона пов'язує бізнес-стратегію, яка отримала розвиток у сферах концептуалізації, візії (або стратегічного бачення) і внутрішнього середовища, з портфелем проектів, що буде виконаний під час впровадження бізнес-стратегії, а саме виконання імперативів синтезу та трансформації.

Перший імператив – концептуалізації (здатності до формування і прийняття ідей) – полягає у проясненні та повідомленні ідентифікації (властивої цінності), призначення (мети існування) і довгострокових намірів підприємства. Ідентифікація – показує яким є підприємство, і як це виражено у його діяльності та бренді. Призначення (місія) – фундаментальна цінність, для якої існує організація; причина перебування в бізнесі; ефективне та мотивоване спрямування розвитку підприємства як єдиного цілого до реалізації стратегічних цілей. Довгострокові наміри показують бажаний стан, якого підприємство прагне досягти в довгостроковій перспективі. Бізнес-одиниця або підприємство, визначаючись щодо зазначених фундаментальних елементів, сприяє формуванню центральних організуючих принципів, які своєю чергою керують діяльністю.

Другий імператив – імператив візії (стратегічного бачення) – переведення бізнес-стратегії у визначені стратегічні цілі; чітке бачення того, де підприємство перебуває і куди воно прямує; тактика перенесення ідентифікації, місії і довгострокових намірів в метрики, які дають можливість визначити рівень досягнення стратегічних цілей. Стратегічні цілі – остаточні результати діяльності підприємства, які повинні бути досягнуті. Метрики оцінки – вимірюваний параметр успіхів і прогресу. Бізнес-стратегія – підхід, який використовується для досягнення цілей. Імператив візії передбачає трансформацію намірів у бізнес-стратегію, цілі та метрики. Коли ці три найважливіших елементи візії не є узгодженими, організація страждає від відсутності цілісності та результативності. Процес визначення цілей і метрик пояснює й уточнює бізнес-стратегію. Цілі повинні бути пов'язані з метриками та підтримані стратегією.

Третій імператив – імператив узгодження внутрішнього середовища – приведення організаційної структури (а також повноваження щодо прийняття рішень, взаємозв'язки підпорядкованості, інформаційні потоки, оцінку результативності та системи стимулювання) і корпоративної культури (цінності, які культивуються) відповідно до бізнес-стратегії підприємства. Корпоративна культура – набір правил і цінностей, які мають особливе значення для підприємства. Організаційна структура управління – принципи формування підрозділів підприємства, взаємозв'язки між ними, форми розподілу і кооперації діяльності.

На першому етапі розробки бізнес-плану визначають види і джерела потрібної інформації. Основними видами інформації є: маркетингова, виробнича і фінансова.

Основними джерелами формування комплексу інформації для забезпечення розробки бізнес-плану можуть бути:

- статистична інформація про стан галузі, в якій передбачається працювати;
- поточні аналітичні огляди ринкової ситуації;



- безпосередні контакти з майбутніми постачальниками та споживачами;
- матеріали ярмарків, конференцій, виставок;
- різні публікації.

На другому етапі визначають мету розробки бізнес-плану, акцентуючи при цьому увагу на головних зовнішніх та внутрішніх функціях, які він виконуватиме. На цьому ж етапі слід точно визначити цільових читачів бізнес-плану — чи це будуть тільки внутрішні учасники організації (що мало ймовірно), чи й особи із зовнішнього середовища, яких організація хотіла б бачити своїми інвесторами — майбутні акціонери, комерційні банки і т. д.

Дуже відповідальним є наступний, третій, крок у бізнес-плануванні — стратегічне планування на підготовчому етапі. Багато підприємців-початківців припускаються помилки, ігноруючи стратегічне планування. Вони вважають, що розробляти стратегію доцільно тільки для великих підприємств. Основні складові стратегічного планування (визначення місії фірми, зовнішній і внутрішній аналіз, на основі якого встановлюють сильні й слабкі сторони фірми; визначення цілей її діяльності; аналіз стратегічних альтернатив і вибір стратегії підприємства) мають бути і в бізнес-плануванні.

Четвертий крок у бізнес-плануванні — безпосереднє написання бізнес-плану. Розпочинати його слід з визначення чіткої структури документа, що створюється (розділи, параграфи, додатки тощо), і збирати інформацію для кожного з розділів плану.

Після завершення роботи над усіма розділами бізнес-плану підприємець має підготувати резюме його основних ідей.

Загалом четвертий крок завершує процес бізнес-планування, однак для поліпшення плану слід зробити ще один, п'ятий, крок: підприємець пропонує готовий бізнес-план для ознайомлення кому-небудь із авторитетних, але незацікавлених людей, здатних оцінити його роботу на основі конструктивної критики.

Перш ніж передати бізнес-план зацікавленим читачам слід ретельно продумати і скласти їх список.

Отже, приведення місії, ідентифікації й довгострокових намірів відповідно до стратегічних цілей й метриків (стратегічного бачення), а також до корпоративної культури та організаційної структури управління, які визначають внутрішнє середовище підприємства, є передумовою ефективною розробки бізнес-стратегії. Здійснення адекватних кроків з метою впровадження бізнес-стратегії вимагає стратегічного “вирівнювання” проектного портфеля в аспектах бізнесу, які стосуються проектування лідируючого положення на ринку. Мистецтво ефективного поєднання управління стратегічними проектами та програмами в проектному портфелі стосується сфери синтезу. Імператив забезпечення динамічно приводить поточний портфель проектів і програм відповідно до бізнес-стратегії підприємства. Узгодження цих аспектів формує основу для послідовної розробки та ефективного впровадження бізнес-стратегії підприємства.

Підприємцеві, що вирішив почати підготовку бізнес-плану, призначеного для одержання зовнішнього фінансування (для контактів з партнерами), необхідно чітко зрозуміти два таких важливих моменту:

- розробка бізнес-плану - тривалий і трудомісткий процес, що вимагає зосередження зусиль усього персоналу компанії. Процес розробки професійно виконаного бізнес-плану займає багато часу й вимагає залучення, як правило, декількох кваліфікованих фахівців;
- процес ухвалення рішення (час із моменту подачі бізнес-плану на розгляд до прийняття кредитором або інвестором рішення) про фінансуванні проекту вимагає досить більших витрат часу.

Для підприємця існує дві альтернативи при розробці бізнес-плану: розробити бізнес-план самотужки або залучити для виконання бізнес-плану консультантів-фахівців.

У процесі ухвалення рішення по цьому питанню підприємцеві необхідно враховувати, що для розробки конкурентоспроможного бізнес-плану його розроблювач повинен володіти повною й вичерпною інформацією про діяльність компанії, без цього бізнес-план не буде точно відображати стан справ, і наслідку реалізації проекту по такому бізнес-плані можуть бути катастрофічними для Вашої компанії.

### ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА АМОРТИЗАЦІЇ

Як відомо, у процесі використання, протягом тривалого функціонування в господарській діяльності всі види основних фондів зношуються, втрачають першопочаткові якості та роботоздатність. Основні фонди зазнають фізичного та економічного зносу, а також техніко-економічного старіння. Поступово вони стають непридатними для подальшого використання і підлягають ремонту, модернізації та заміні.

Фізичний знос основних фондів виникає внаслідок втрачання ними своїх первісних техніко-експлуатаційних якостей, що призводить до економічного спрацювання, тобто до поступового зменшення їхньої первісної реальної вартості, що зумовлене не тільки функціонуванням основних фондів, а й їхньою бездіяльністю. На темпи і розміри фізичного спрацювання засобів праці впливає сукупність чинників, які можна поділити на дві групи: дія навколишнього середовища та експлуатаційне навантаження. Під впливом чинників навколишнього середовища значна частина основних засобів піддається корозії, втрачає свій первісний стан, а інколи зазнає повного руйнування і назавжди виходить з ладу. Вплив експлуатаційного навантаження може проявлятися у двох формах: екстенсивній та інтенсивній. В залежності від співвідношення цих форм визначають швидкість і розміри фізичного спрацювання основних засобів. Внаслідок фізичного спрацювання основних фондів погіршуються їхні техніко-економічні та соціальні характеристики – знижується продуктивність, збільшуються експлуатаційні витрати, змінюється режим роботи тощо.

Розрізняють фізичне часткове та фізичне повне спрацювання основних фондів. Часткове спрацювання можна усунути. Це означає, що споживні вартості основних фондів відновлюються за рахунок ремонту. Повного спрацювання не можна усунути, воно зумовлює необхідність ліквідації зношених фондів та заміни їх новими

Процес відтворення основних засобів має низку характерних ознак, зокрема:

- 1) основні засоби поступово переносять свою вартість на вироблену продукцію;
- 2) у процесі відтворення основних засобів одночасно відбувається рух їхньої споживчої вартості;
- 3) за допомогою амортизаційних відрахувань здійснюється нагромадження в грошовій формі частково перенесеної вартості основних засобів на готову продукцію;
- 4) основні засоби поновлюються в натуральній формі протягом тривалого часу.

Техніко-економічне старіння основних фондів – це процес їхнього знецінення діючих засобів праці до настання повного фізичного спрацювання під впливом науково-технічного прогресу. Воно характеризується поступовою втратою засобами праці своєї споживної вартості внаслідок удосконалення наявних та створення нових засобів виробництва, запровадження нової прогресивної технології, старіння продукції, що виробляється з допомогою цих засобів виробництва.

Техніко-економічне старіння властиве найбільш активній частині основних засобів, зокрема знаряддям праці, обчислювальній техніці, транспортним засобам та ін. Наявність на підприємстві значної кількості знецінених в результаті дії технічного прогресу засобів праці завдає їм відчутних економічних збитків.

Безперервний процес виробництва потребує постійного відтворення фізично спрацьованих і технічно застарілих основних фондів. Необхідною умовою відновлення засобів праці в натурі є поступове відшкодування їхньої вартості, яке здійснюється через амортизаційні відрахування.

Амортизація – це процес поступового перенесення вартості всіх видів засобів праці на вартість продукції з метою її повного відшкодування. Об'єктом амортизації є вартість основних фондів (крім землі). Для відшкодування вартості зношеної частини основних фондів кожне підприємство робить амортизаційні відрахування, тобто встановлює певну грошову компенсацію відповідно до розмірів фізичного спрацювання й техніко-економічного старіння. Ці відрахування включаються до собівартості продукції, реалізуються під час продажу товарів, а потім накопичується у спеціальному амортизаційному фонді, що служить відновленню основних фондів.

Основні фонди – це сукупність засобів праці, які мають свою вартість і функціонують у

процесі виробництва протягом тривалого періоду часу, зберігаючи при цьому натуральну речову форму і переносять свою вартість на вартість виготовленої продукції частинами, в міру свого спрацювання. Об'єктами для нарахування амортизації є об'єкти основних засобів, що знаходяться в організації на праві власності, господарського відання, оперативного управління.

Амортизація нараховується за всіма об'єктами, що перебувають в експлуатації станом на перше число даного місяця. За об'єктами основних фондів, що введені або вибули з експлуатації в середині даного місяця, нарахування амортизації починається або припиняється з першого числа наступного місяця. Наприклад, якщо об'єкт основних фондів введений в експлуатацію (або вибув) 20 січня поточного року, то нарахування амортизації починається або припиняється з 1 лютого поточного року.

Амортизації підлягають витрати на:

— придбання основних фондів та нематеріальних активів для власного виробничого використання, включаючи витрати на придбання племінної худоби та придбання, закладення і вирощування багаторічних насаджень до початку плодоношення;

— самостійне виготовлення основних фондів для власних виробничих потреб, включаючи витрати на виплату заробітної плати працівникам, які були зайняті на виготовленні таких основних фондів;

— проведення всіх видів ремонту, реконструкції, модернізації та інших видів поліпшення основних фондів;

— капітальні поліпшення землі, не пов'язані з будівництвом, а саме: іригація, осушення, збагачення та інші подібні капітальні поліпшення землі.

Амортизація не нараховується за наступними видами основних засобів:

- по об'єктах основних засобів, отриманих за договором дарування і безоплатно в процесі приватизації;
- житлового фонду (крім об'єктів, що використовуються для отримання прибутку);
- об'єктам основних засобів, споживчі властивості яких з часом не змінюються (земельні ділянки та об'єкти природокористування).

Не підлягають амортизації та повністю відносяться до складу валових витрат звітного періоду витрати платника податку на:

- придбання і відгодівлю продуктивної худоби;
  - вирощування багаторічних плодоносних насаджень;
  - вирощування багаторічних плодоносних насаджень;
  - придбання основних фондів або нематеріальних активів з метою їх подальшого продажу іншим особам чи їх використання як комплектуючих (складових частин) інших основних фондів, призначених для подальшого продажу іншим особам;
  - утримання основних фондів, що знаходяться на консервації;
- створення та/або придбання аудіовізуальних творів.

Нарахування річної амортизації здійснюється одним з таких методів:

- прямолінійним;
- зменшення залишкової вартості;
- прискореного зменшення залишкової вартості;
- кумулятивним;
- виробничим;
- податковим.

Метод амортизації обирається підприємством самостійно з урахуванням очікуваного способу отримання економічної вигоди від його використання. При цьому для різних об'єктів застосовується окремий метод амортизації. Амортизаційна політика є складовою частиною економічної політики будь-якої держави. Встановлюючи норму амортизації або строк корисного використання, порядок нарахування і використання амортизаційних відрахувань, держава регулює темпи і характер відтворення у галузях.

#### **Список використаних джерел:**

1. Українська радянська енциклопедія. В 12-ти томах / За ред. М. Бажана. — 2-ге вид. — К.: Гол. редакція УРЕ, 1974-1985.

2. Методические указания по определению норм амортизационных отчислений и классификация основных фондов для исчисления амортизации. М., 1959
3. Кузьмін О.Є., Князь С.В., Тувакова Н.В. Амортизаційна політика підприємств//Фінанси України. – 2002. - №12. – с. 20-24.
4. Гриньова В.М., Колода В.О. Фінанси підприємств: Навч. посіб. – 2-е вид., перероб. і доп. – К.: Знання-Прес, 2004. – 424с.
5. Борщ Н. Амортизація: податковий і бухгалтерський облік. – 2-ге вид., перероб. і доп. – Х.: Фактор, 2002. – 152с.

*Гелеверя Ю.І.*

## **РОЗРАХУНОК ЗАРОБІТНОЇ ПЛАТИ ТА РОЗРОБКА ПРОЕКТУ ЇЇ УДОСКОНАЛЕННЯ**

У умовах ринкової економіки відбулися помітні зміни в оплаті, що ставиться в залежність не тільки від результатів праці робітників, але і від ефективності діяльності виробничих підрозділів.

Отже, оплата праці - це заробіток, розрахований, як правило, у грошовому вираженні, що по трудових договорах власник або уповноважений їм орган виплачує за виконану роботу або надані послуги.

Підприємство самостійно, але відповідно до законодавства, установлює штатний розклад, форми і системи оплати праці, преміювання. Облік праці і заробітної плати - один із найважливіших і складних ділянок роботи, що потребують точних і оперативних даних, у яких відбивається зміна чисельності робітників, витрати робочого часу, категорії робітників, виробничих витрат.

Таким чином, облік праці і заробітної плати займає одне з центральних місць у всій системі урахування на підприємстві. Заробітна плата є основним джерелом прибутків робітників фірми, підприємства.

На підприємствах застосовують дві форми оплати праці - відрядну і погодинну. Кожна з цих форм має різновиди (системи). Так, відрядна форма оплати праці має системи: пряма відрядна, відрядно-преміальна, відрядно-прогресивна, акордна. При прямій відрядній системі оплата праці здійснюється за кожну одиницю виготовленої продукції (виконаних робіт, послуг).

Порядок нарахування заробітної плати, належної працівникам підприємства, залежить від форм оплати праці, що застосовуються на підприємстві, і організації виконання самих робіт (в, індивідуальному порядку чи бригадою).

При погодинній оплаті праці основним документом, який служить підставою для нарахування заробітної плати, є таблиць використання робочого часу (ф. № П-12 і № П-13).

У цьому разі для розрахунку погодинного заробітку працівника достатньо знати його розряд, погодинну тарифну ставку даного розряду і кількість відпрацьованих годин за табелем. При розрахунку заробітної плати за посадовим окладом останній зберігається при відпрацьованні всіх робочих днів місяця. Якщо відпрацьована неповна кількість робочих днів, середньоденний заробіток перемножається на кількість відпрацьованих днів.

Середня заробітна плата може розраховуватись, виходячи із виплат за останні 12 календарних місяців роботи, 6 календарних місяців роботи. Прикладом цього є нарахування відпускних, декретних та допомоги з тимчасової непрацездатності. При обчисленні середньої зарплати для оплати щорічної відпустки у фактичну зарплату враховуються всі виплати за час, коли за працівником зберігався середній заробіток, і допомога з тимчасової непрацездатності.

Базою для обчислення середньої заробітної плати є нарахована заробітна плата (основна і додаткова), що підлягає обкладанню прибутковим податком, з якої сплачувалися страхові внески. При відрядній оплаті праці та індивідуальному виконанні робіт заробіток робітника визначається множенням кількості виготовленої продукції (виконаних робіт, послуг), зазначених у відповідних первинних документах, на встановлену розцінку за одиницю роботи.

Для удосконалення проекту заробітної плати треба мотивувати персонал, давати можливість для кар'єрного росту. Значно збільшує ефективність діяльності впровадження на виробництві системи роботи на кінцевий результат. Тоді «самі собою» вирішуються питання оптимізації чисельності і скорочення невиробничих втрат часу (коли людина присутня на робочому місці, але не створює корисної продукції - простої, ремонту, налагодження

устаткування, передача зміни і т. п.).

З точки зору зменшення витрат робочого часу і оптимізації витрат найбільш ефективно об'єднати в єдиний ланцюг ділянки робіт з виробництва продукції та обслуговування обладнання. На цих ділянках можна реалізувати схему оплати праці за кінцевим результатом.

При такій організації праці:

- відбувається саморегуляція всіх робочих процесів і взаємин;
- не виникає необхідності в надурочних роботах - люди самі розробляють оптимальні графіки для виконання завдання і сумлінно слідує їм (колеги, колектив - найкращі контролери);
- зменшується кількість простоїв і повторних ремонтів (персонал з обслуговування устаткування входить до складу групи, тому зацікавлений у зменшенні непродуктивних витрат часу і зниженні витрат);
- «Саморегулюється» чисельність групи (колектив зацікавлений виконати робочу програму меншим числом працівників, для того щоб кожен отримав більшу заробітну плату);
- бракована продукція частково оплачується за зниженими розцінками, повний брак не оплачується зовсім

Таким чином, щоб реорганізувати роботу відповідно з оплатою праці за кінцевим результатом? Для цього необхідно в кожному структурному підрозділі:

- змінити планування та організацію робіт: усі виробничі процеси повинні бути орієнтовані на досягнення кінцевих результатів;
- скасувати оцінку індивідуальних результатів, перебудувати систему оцінки й оплати праці таким чином, щоб вона підтримувала командну роботу;
- вибудувати систему оплати праці так, щоб винагороджувалася кваліфікація та ефективність роботи всієї команди, досягнуті результати відповідали цілям компанії в цілому;
- налагодити комунікації між командами;
- поставити всім командам конкретні виробничі завдання і жорстко контролювати дотримання строків і якість виконаних робіт.

#### **Список використаних джерел:**

1. Кривенко Т. Аналіз прямих витрат на оплату праці у складі собівартості продукції / Т. Кривенко.-К.:Освіта, 2008. – С.46-51.
2. Сопко В. Бухгалтерський облік: Навч. посіб./В. Сопко , З. Гуцайнюк, М. Щирба, М. Бенько.– Тернопіль: Астон, 2010. -496с.
3. Облік основних господарських операцій в бухгалтерських проводках/ Н. Грабова, Ю. Кривоносов. - К.: А.С.К, 2011р.-230с.
4. Ткаченко Н.М. Бухгалтерський фінансовий облік на підприємствах України/ Н. Ткаченко. - Київ: А.С.К., 2000р.-400с.

**Герасимова Т.О.**

### **НЕМАТЕРІАЛЬНІ РЕСУРСИ ПІДПРИЄМСТВА, ЇХ ФОРМУВАННЯ ТА ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ**

Визначальною рисою сучасного періоду розвитку всіх без винятку розвинених країн є зростання в суспільному виробництві ролі науково-технічних знань та інших результатів творчої діяльності людини. Використання накопиченого капіталу знань веде до суттєвих змін у характері функціонування підприємств та організацій. Значення фізичних товарів і обладнання поступово зменшується, тоді як значення послуг і нематеріальних ресурсів неухильно зростає.

За природою свого походження нематеріальні ресурси виникають або завдяки новим, унікальним знанням у будь-якій формі, або через рідкісність ресурсів (природну чи організовану). В обох цих випадках недостатність ресурсів (унаслідок унікальності чи наявності в обмеженій кількості) сприяє появі ренти. Використання таких ресурсів або робить їхніх власників єдиним виробником певної продукції, або забезпечує зменшення витрат проти інших виробників. Отже, нематеріальні ресурси багато важать у підвищенні конкурентоспроможності діючих підприємств. За умов насиченості ринку різноманітними товарами підприємство-виробник повинно вдосконалювати можливості пропонування, просування та реалізації своїх товарів або послуг. Дійовим інструментом конкуренції у цьому разі може бути використання

нематеріальних ресурсів. Наприклад, володіння ліцензією надає її власникові виключне право використання певного технічного досягнення, а тому забезпечує йому відповідні конкурентні переваги. Зареєстроване зазначення походження товару завжди гарантує споживачу особливі, елітарні, а іноді унікальні властивості товару, що також підвищує конкурентоспроможність останнього. Також невід'ємною частиною нематеріальних ресурсів є людські ресурси. А саме організація підприємства, його внутрішній устрій, своєчасне введення тих чи інших інновацій, а також інші людські чиники.

Нематеріальні ресурси - частина потенціалу підприємства, здатна приносити економічну вигоду протягом тривалого часу, для якої характерні відсутність матеріальної основи та невизначеність розмірів майбутніх прибутків від її використання [1, с. 134].

Практичне використання нематеріальних активів в економічно-му обороті підприємств є за суттю процес комерціалізації інновацій-ної сфери, що умовно можна звести до наступних стадій:

Перша стадія — це грамотна класифікація об'єктів інтелектуально-ної власності, на базі якої повинна формуватися попередня оцінка їхньої ринкової вартості. Однак у даний час підприємства або її невиконують, або роблять це по-дилетантські. Тому необхідна професійна розробка базових методологічних і методичних рекомендацій.

Друга стадія — це включення вартості об'єктів нематеріальних активів до складу майна підприємств по бухгалтерському рахунку<sup>04</sup> «Нематеріальні активи». Відповідно до законодавства України ці засоби підлягають амортизації: щомісяця відносяться на собівартість продукції (робіт, послуг) за нормами, що розраховує підприємство (фірма) виходячи з їхньої первісної вартості й терміну їхнього корисного використання, але не більш терміну діяльності самого підприємства (фірми), потім реалізуються й осідають на розрахунковому рахунку підприємства. Надалі ці кошти використовуються винятково на розвиток даного виробництва, на винагороду авторам розробок (атакож учасникам, що сприяли створенню чи використанню цих розробок), і тому не повинні обкладатися податками.

Третя стадія — комерціалізації нематеріальних активів. Вона полягає в активному виході підприємств на ринок науково-технічної продукції, в умінні знайти свого покупця, опанувати мистецтвом підприємця, тобто самому шукати замовника (споживача) для своєї ідеї чи розробки. [2, ст. 162].

Поняття «нематеріальні ресурси» використовується для характеристики сукупності об'єктів інтелектуальної власності, до яких входять:

- об'єкти промислової власності;
- об'єкти, що охороняються авторським правом і суміжними правами;
- інші (нетрадиційні) об'єкти інтелектуальної власності [1, с. 134].

#### 1. Об'єкти промислової власності:

- Винахід – це результат творчої діяльності людини в будь-якій галузі технології. Об'єктами винаходу можуть бути продукт і спосіб.
- Корисна модель – це результат творчої діяльності людини, об'єктом якої може бути конструктивне вирішення пристрою або його складових частин.
- Промисловий зразок – результат творчої діяльності людини в галузі художнього конструювання. Об'єктом такої діяльності може бути форма, малюнок, кольори або їхнє поєднання, що визначають зовнішній вигляд промислового виробу і призначені для задоволення естетичних та ергономічних потреб.
- Знаки для товарів та послуг (товарні знаки) – оригінальні позначення, за допомогою яких товари та послуги одних осіб відрізняють від однорідних товарів і послуг інших осіб.
- Зазначення походження товару – це словесне чи графічне позначення місця походження товару.
- Фірмове найменування – це стале позначення підприємства або окремої особи, від імені якої здійснюється виробнича чи інша діяльність.
- Недобросовісна конкуренція – будь-які дії в конкуренції, що суперечать правилам, торговим та іншим чесним звичаям у підприємницькій діяльності.

#### 2. Об'єкти, що охороняються авторським правом та суміжними правами:



- Твори в галузі науки, літератури, мистецтва – у будь якій формі (письмовій, усній, образотворчій (ілюстрації, картини), об'ємно-просторовій (скульптури, моделі), в інших).
- Комп'ютерна програма – об'єктивна форма подання сукупності даних та команд, призначених для забезпечення функціонування електронних обчислювальних машин.
- База даних – сукупність даних, матеріалів або творів, систематизованих у формі, яку читає машина.
- Топологія інтегральних мікросхем – зафіксоване на матеріальному носії просторово-геометричне розташування сукупності елементів інтегральної мікросхеми та зв'язків між ними.

### 3. Нетрадиційні об'єкти інтелектуальної власності:

- Рационалізаторська пропозиція – це технічне вирішення, яке є новим і корисним для підприємства, до якого воно подано.
- Ноу-хау – не захищені охоронними документами та не оприлюднені знання чи досвід технічного, виробничого, управлінського, комерційного, фінансового чи іншого характеру, що можуть бути використані в наукових дослідженнях та розробках.
- Комерційна таємниця – це відомості, безпосередньо пов'язані з діяльністю підприємства, які не є державними таємницями і розголошення яких може завдати шкоди інтересам підприємства\

Практичне ж використання нематеріальних активів в економічному обороті підприємств, перетворення їх в конкретний механізм для комерційної оцінки результатів інтелектуальної праці, інтелектуальної власності дає можливість підприємству: міняти структуру свого виробничого капіталу за рахунок збільшення частки нематеріальних активів у вартості нової продукції і послуг, збільшивши їх наукоємність, що зіграє певне значення для підвищення конкурентної спроможності продукції і послуг; економічно ефективно і раціонально використовувати незадіяні і лежачі «мертвим вантажем» нематеріальні активи, якими все ще розпорядженні багато підприємств.

Актуальність теми дослідження, зумовлена тим, що поняття нематеріальних активів для економіки України є досить новим, обмеженим в використанні, а тому мало вивченим.

Проблему нематеріальних ресурсів можна розглянути на прикладі Японії 1543-2012, Ще одним яскравим негативним прикладом є Іспанія часів відкриття Америки, коли величезна кількість золота та інших ресурсів знаходилося на території Іспанії, через що розвиток будь-яких нематеріальних активів та введення їх в обіг припинилося, в наслідок чого Іспанія втратила свій вплив. Шовк спочатку технологія виробництва шовку належала тільки Китаю, і вони були монополістами в даній сфері це є яскравим прикладом раціонального використання нематеріальних ресурсів.

Висновки: У загальному вигляді під нематеріальними ресурсами розуміють складову частину потенціалу підприємства, здатну забезпечувати економічну користь протягом відносно тривалого періоду.

Усі нематеріальні ресурси мають спільні риси, що об'єднують їх в це поняття. Найхарактернішою з них є те, що цей вид ресурсів не має матеріально-речової основи та фізичної форми. Нематеріальні ресурси, подібно до основних виробничих фондів, можуть використовуватися тривалий час, не втрачають при цьому своєї споживної вартості і приносять підприємству додатковий дохід. Також спільною рисою нематеріальних ресурсів є те, що вони не дають змоги точно визначити суму прибутку, що може бути одержана від їх застосування.

Вітчизняним компаніям необхідно більше уваги приділяти питанням, які пов'язані з нематеріальними ресурсами. Наявність у компанії нематеріальних активів, а також вибір ефективного методу їхньої оцінки, дасть можливість компанії не тільки максимізувати свій прибуток, а й підвищити число лояльних споживачів, за рахунок підвищення іміджу компанії.

#### **Список використаних джерел:**

1. Шваб Л.І. Економіка підприємства: Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. – К.: Каравела, 2004. – 568 с.
2. Кучеренко В. Р. Оцінка бізнесу та нерухомості: навч. посіб./ В. Р. Кучеренко, Я. П.



*Дамчук Т. С.*

## **ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ГОСПОДАРЮЮЧОГО СУБ'ЄКТА**

Основним завданням в аналізуванні й оцінюванні ефективності управління виступає об'єктивована базисна основа показників та індикаторів для встановлення результатів господарської діяльності, виявлення факторів впливу на основні показники, що характеризують фінансово-економічну результативність функціонування підприємства. Узвичаєні методологічні засади оцінно-аналітичних систем (фінансового й економічного аналізу, моніторингу, діагностики тощо) передбачають визначення узагальнювальних показників фінансової і виробничо-господарської діяльності, якими, насамперед, є обсяг реалізації, прибутковість (рентабельність), фондвіддача, величина та динаміка основних і оборотних засобів, операційні витрати та їх структура тощо. Відносними показниками (індикаторами) характеризують організаційно-технічний рівень виробництва, трудові ресурси та ефективність системи управління, зазвичай виражену раціональним використанням вкладеного капіталу. В умовах глобалізації економічного середовища практичний підхід до встановлення ефективності постійно змінюють, вводячи у загальне поняття такі складові, як інвестиційна привабливість економічного суб'єкта, капіталізація його активів, формування стратегічного потенціалу тощо.

Метою функціонування будь-якого суб'єкта господарювання є отримання ним позитивного фінансового результату (прибутку) у розмірах, що задовольняє потреби власників. Одночасно прибуток, займаючи центральне місце в ринковій економіці, є суттєвим стимулом для господарюючих суб'єктів якомога ефективніше використовувати наявні трудові, матеріальні та фінансові ресурси. Рівень прибутку отриманого підприємством є основним віддзеркаленням всіх виробничо-господарських процесів, що мають місце під час його функціонування. Фінансовий результат є кількісним та якісним критерієм ефективності (неефективності) існуючого менеджменту, технологій, продуктивності праці, рівня виробничих затрат на виробництво та ін. Сукупність цих факторів визначають ефективність виробництва і перетворюють позитивний фінансовий результат (прибуток) на основну рушійну силу ринкового механізму господарювання та основне джерело економічного і соціального розвитку підприємства та держави в цілому.

Основним завданням будь-якого господарюючого суб'єкта – якомога ефективніше використати всі наявні фактори та отримати максимальний кінцевий результат. Таким чином, фінансові результати – це економічний підсумок виробничої діяльності господарюючих суб'єктів виражений у вартісній (грошовій) формі. Окрім вартісного виміру результатів фінансово-господарської діяльності для користувачів інформації важливе значення мають відносні показники фінансових результатів – значення рентабельності, які характеризують відносний (у відсотках) ступінь прибутковості вкладеного капіталу в цілому і за його структурою, здійснених витрат чи отриманого доходу [3, с. 105]. Відносні показники на відміну від абсолютних величин дають змогу оцінити рівень отриманого прибутку (збитку) в розрахунку на одиницю затрачених ресурсів і дозволяють порівнювати ефективність функціонування підприємств з різними обсягами виробництва (розмірами).

На сьогоднішній день економічна література виділяє декілька сотень різноманітних фінансово-економічних коефіцієнтів, які можна визначити за даними фінансової звітності. Значне поширення та різноманітність відносних показників (коефіцієнтів) зумовлюється наступними їх перевагами:

- стандартністю подання вихідної інформації (форми фінансової звітності), що дозволяє проводити їх розрахунок в умовах будь-якого підприємства;
- можливістю мінімізувати вплив інфляційного чинника;
- можливістю порівняння показників у часі та просторі.

Фінансові результати діяльності підприємств характеризуються такими абсолютними економічними показниками як доход (виручка) від реалізації продукції, товарів, робіт, послуг, чистий доход, валовий прибуток, прибуток, чистий прибуток, рентабельність.

Під час аналізу фінансових результатів підприємства можуть

найрізноманітніші прийоми, методи та моделі. Їх кількість та широта застосування залежить від конкретних цілей аналізу та визначаються його завданнями в кожному окремому випадку.

Фінансові результати підприємства можуть бути оцінені з різним ступенем деталізації залежно від цілей аналізу, існуючої інформації, програмного, технічного та кадрового забезпечення. Найбільш доцільним є виділення процедур експрес-аналізу та поглибленого аналізу фінансових результатів, де розрізняють ряд показників:

- загальні показники характерні для всіх галузей економіки, специфічні - для окремих галузей;
- первинні показники формуються за даними обліку планової інформації, похідні - розраховуються на базі первинних даних;
- синтетичні (інтегральні) показники узагальнюють складні економічні явища та процеси;
- результативний показник - це показник, що є об'єктом дослідження.

Аналіз фінансово-економічних результатів діяльності підприємства є невід'ємною частиною фінансово-економічного аналізу. До основних показників, що характеризують результативність діяльності підприємства є рівень отриманого прибутку (збитку) і рентабельність (збитковість).

Аналіз фінансових результатів здійснюють за даними фінансової та статистичної (особливо в умовах сільськогосподарських підприємств) звітності. Якість аналізу фінансових фінансової звітності, а також від компетенції керівника, який приймає управлінське рішення. Від того, наскільки якісно проведено аналіз фінансових результатів, визначено основні чинники, що його забезпечують залежить подальша результативність діяльності підприємства.

#### **Список використаних джерел:**

1. Борисова В.А. Методологічні основи аналізу фінансового стану підприємства агропромислового виробництва / Борисова В.А. // Фінанси України. - 2008. - № 10. - С. 63-68.
2. Крамаренко Г.О. Фінансовий аналіз і планування / Крамаренко Г.О. – Київ: Центр навчальної літератури, 2003. – 224 с.
3. Мамонтова М.А. Умови забезпечення фінансової стійкості підприємств / Мамонтова М.А. // Фінанси України. - 2008. - № 8. - С. 103-106.

*Дилгіна А.В.*

### **ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ОБОРОТНИХ КОШТІВ ПІДПРИЄМСТВА**

Україна, на даному етапі розвитку має звертати значну увагу руху оборотних коштів підприємств як промислового, так і сільськогосподарського комплексу. Контроль за управлінням оборотними активами сприятиме розвитку економіки та промислової галузі зокрема.

Даний вид активів відіграє значну роль у структурі капіталу підприємства і від якості управління ним залежить рентабельність, ліквідність та безперервність виробництва. Неefективне використання оборотних коштів, зменшення обсягів реалізації готової продукції, збільшення дебіторської заборгованості, незбалансованість грошових активів може призвести до зменшення прибутку або ліквідації підприємства. Тому дане питання є актуальним для поліпшення економічного стану підприємств.

Проаналізувавши різні економічні джерела, можна виділити різні підходи щодо визначення економічної сутності оборотних коштів. Ці підходи тісно пов'язані з поняттям оборотні активи, оборотний капітал та оборотні засоби, що часто обоюноються науковцями.

Так, А. Поддєрьогін дає таке визначення оборотним коштам: "...оборотний капітал (оборотні кошти) – це кошти, авансовані в оборотні виробничі фонди і фонди обігу для забезпечення безперервності процесу виробництва, реалізації продукції та отримання прибутку" [4, с. 187].

Дане поняття глибоко розкриває зміст оборотних коштів, враховуючи те, що кошти можуть авансуватись з метою збільшення благ для підприємства у економічному сенсі. Проте одним із елементів фондів обігу є грошові кошти на поточному рахунку підприємства, що призводить до недоцільності авансування коштів у кошти. Як відомо оборотні кошти мають

лише вартісну форму, а капітал за своєю природою має не лише вартісну, а й натурально-речову форму, що призводить до невіправданого їх ототожнення.

На думку Є. Бріггема: "...оборотний капітал – інвестиція фірми у короткострокові активи – готівку, ліквідні цінні папери, товарно-матеріальні запаси і рахунки дебіторських заборгованостей"[3, с. 734].

Поняття оборотних активів є значно ширшим ніж оборотні кошти, адже воно включає в себе виробничі запаси, готову продукцію, тобто предмети праці та грошові кошти.

Вітчизняний економіст М.Д. Білик подає таке визначення [2, с. 161]: "...оборотні активи виробничого підприємства – група мобільних активів із періодом використання до одного року, що безпосередньо обслуговують операційну діяльність підприємства і внаслідок високого рівня їхньої ліквідності мають забезпечувати його платоспроможність за поточними фінансовими зобов'язаннями".

Отже можна виділити такі підходи:

- 1) оборотний капітал як грошові кошти, авансовані для формування оборотних виробничих фондів і фондів обігу;
- 2) оборотний капітал як мобільні активи, які використовуються і реалізуються підприємством протягом року або операційного циклу;
- 3) оборотний капітал як авансована вартість [4, с. 365].

Умови розвитку підприємств на сучасному етапі склались таким чином, що самофінансування є пріоритетнішим за державне. Це означає, що фахове визначення потреби в оборотних коштах набуває особливого значення.

Завдання підприємств полягає в пошуці шляхів найбільш ефективного використання оборотних коштів. Ефективність їх використання характеризується оборотністю або швидкістю обороту. Раціональне використання оборотних фондів і прискорення оборотності покращують фінансовий стан промислових підприємств.

Оборотні активи як вартісна категорія – це вартість, авансована у кругообіг виробничих оборотних фондів та фондів обігу для забезпечення неперервності процесу виробництва та обігу. До оборотних активів включаються як матеріальні, так і грошові ресурси. Тому ототожнювати їх з грошовими коштами економічно не обґрунтовано.

Матеріальною основою будь-якого виробництва є засоби виробництва, які складаються із засобів та предметів праці, що беруть участь у створенні продукту. Але з огляду на відмінність у характері функціонування у процесі виробництва та способі перенесення вартості на створюваний продукт засоби праці набувають економічної форми позаоборотних активів, а предмети праці – оборотних. Оборотні активи як натурально-речовинна категорія – це сукупність матеріально-речовинних цінностей і грошових коштів, які беруть участь у створенні продукту, цілком споживаються у виробничому процесі і повністю переносять свою вартість на виробничий продукт упродовж операційного циклу або дванадцяти місяців з дати балансу (сировина, матеріали, готова продукція, грошові кошти. Основними причинами нестачі власних обігових коштів може бути підвищення цін внаслідок інфляційних процесів, нецільове використання обігових коштів; несвоєчасне фінансування приросту нормативу обігових коштів; наявність дебіторської заборгованості тощо.

Надлишок власних обігових коштів може виникнути внаслідок перевиконання плану прибутку, неповного внеску платежів до бюджету, безоплатного надходження (отримання) товарно-матеріальних цінностей від інших організацій, неповного використання прибутку на цілі, передбачені фінансовим планом.

Отже, можна сказати, що правильне розуміння та ефективне використання оборотних коштів має велике значення для розвитку підприємства.

Оборотний капітал та оборотні активи взаємопов'язані й тісно переплітаються між собою, що дає нам право їх ототожнювати. Проте необхідно пам'ятати про різницю між оборотними коштами та оборотним капіталом. Адже дані поняття розкривають різний зміст, хоча й мають спільні ознаки.

#### **Список використаних джерел:**

1. Азаренкова Г. М., Журавель Т. М., Михайленко Р. М. Фінанси підприємств: Навч. посіб. для самост. вивч. дисц. – 2-ге вид., випр. і доп. – К.: Знання-Прес, 2006. – 287 с.

2. Білик М.Д. Управління фінансами державних підприємств / М.Д. Білик. – К: Знання, КОО. – 1999. – 312 с.
3. Брігхем Є.Ф. Основи фінансового менеджменту: підручник / Є.Ф. Брігхем; пер. з англ. – К.: Молодь, 1997. – 1000 с.
4. Фінанси підприємств: підручник / [ А.М. Поддєрьогін, М.Д. Білик, Л.Д. Буряк та ін.]; кер.кол. авт. і наук. ред. проф. А. М. Поддєрьогін. – [6-те вид., перероб. та допов.]. – К.: КНЕУ, 2006. – 552 с.

*Домбровська Ю.В.*

### **ОСОБЛИВОСТІ ПІДХОДІВ ЩОДО ОЦІНКИ ПІДПРИЄМСТВ**

Оцінка підприємства (цілісного майнового комплексу) є однією з найбільш складних різновидів, яка вимагає не тільки знання ринку та основ оціночної діяльності, а й значного досвіду фахівців.

Процедура оцінки підприємства включає комплекс складних аналітичних досліджень, які може виконати тільки професійно підготовлений суб'єкт оціночної діяльності.

Оцінка (з точки зору економіки) — це вираження господарських цінностей в грошовій формі.

Оцінка підприємства містить у собі поглиблений ретроспективний аналіз поточної виробничо-господарської та фінансової діяльності підприємства, а також перспектив його розвитку.

Успішне проведення ділових операцій передбачає необхідність володіння інформацією про реальну вартість бізнесу, що цікавить інвестора. Той хто не має таких даних приречений на невдачу. Якщо Ви маєте в своєму розпорядженні достовірну інформацію, якою швидше за все вже володіє опонент ВИ зможете на рівних брати участь з ним в створенні сумісних проєктів, брати на вигідних для ВАС умовах кредити вигравати аукціони, конкурси та ін.

Оцінка підприємств є одним з основних інструментів на ринку послуг з супроводу операцій з капіталом, який допомагає інвестору уникнути ризику отримання у власність «кота у мішку» замість необхідного для розширення і зміцнення свого бізнесу.

Як правило, сучасне підприємство - це досить складна структура, об'єднуюча в собі велику кількість активів абсолютно різної природи - від нерухомого майна до ділової репутації підприємства. Тому оцінку підприємства необхідно здійснювати з позицій всіх трьох існуючих оціночних підходів: витратного, прибуткового і порівняльного. Ці підходи не використовуються ізольовано, а взаємно доповнюють один одного, тобто для оцінки підприємств одночасно використовують методи з різних підходів. При цьому, кожен підхід заснований на використанні певних властивостей підприємства, що так чи інакше впливає на величину його вартості.

Всі ці три підходи мають свої переваги і недоліки, свої переважні області застосування і об'єднують в собі достатньо велику кількість різних методів, з різноманіття яких оцінювач вибирає найбільш відповідні для конкретного підприємства.

Метою оцінки підприємств може бути:

- підвищення ефективності управління підприємством;
- обґрунтування інвестиційного рішення;
- розробка плану розвитку (бізнес-плану);
- реструктуризація підприємства (ліквідація, злиття, поглинання, виділення і т.д.);
- Визначення поточної ринкової вартості підприємства у разі його часткової або повної покупки або продажу при виході одного або декількох учасників з товариства і т.д.;
- Визначення вартості цінних паперів підприємства, паїв, долей в його капіталі у випадках проведення різного роду операцій з ними;
- Визначення кредитоспроможності підприємства і величини вартості застави при кредитуванні;
- Визначення ринкової вартості майна при проведенні страхових операцій;
- Оподаткування підприємства (при визначенні бази оподаткування, необхідно провести об'єктивну оцінку підприємства);



- Переоцінка активів підприємства для цілей бухгалтерського обліку;
- Внесення в статутній капітал майнових внесків засновників;
- Викуп акцій у акціонерів;
- Оскарження судового рішення про вилучення власності
- Визначення величини орендної платні при здачі бізнесу в оренду;
- Емісії цінних паперів та ін.

Оцінка підприємства може проводитися для різних цілей. Оцінка підприємства, як правило відбувається як оцінка всього цілісного майнового комплексу.

Є дві найпоширеніші мети оцінки підприємства:

- для цілей кредиту;
- для ухвалення управлінських рішень.

Оцінка підприємства для отримання кредиту, тут все зрозуміло – оцінка вартості підприємства потрібна банку для оцінки ризиків отримання грошей.

Засновники підприємства, які безпосередньо не беруть участь в управлінській діяльності підприємства, окрім фінансової оцінки підприємства хочуть знати реальну вартість підприємства, яким вони володіють. При оцінці нерухомості все просто, тут кожен може приблизно поррахувати вартість, а при оцінці вартості підприємства все набагато складніше. Потрібно (згідно методики оцінки) як мінімум зробити оцінку стану підприємства, поррахувати ризики, скласти прогноз.

Оцінка підприємства проводиться згідно національного стандарту № 3 «Оцінка цілісних майнових комплексів».

Оцінка підприємства досить складний процес, при якому дуже важливим моментом є збір та аналіз інформації про підприємство, при цьому в першу чергу проводиться аналіз наступної інформації:

- аналіз організаційно-правової форми підприємства;
- аналіз ринку продукції (товарів, робіт, послуг) цілісного майнового комплексу в об'ємі, достатньому для формування уявлення про об'єм та сегментацію ринку, поточної частки ринку продукції (товарів, робіт, послуг) цілісного майнового комплексу, перспектив діяльності підприємства комплексу, на відповідному ринку для оцінки коректності припущень, зроблених під час підготовки прогнозу діяльності оцінюваного цілісного майнового комплексу;
- аналіз ринку сировини та основних матеріалів, які використовуються в діяльності підприємства, у разі коли припущення відносно перспектив розвитку ринку сировини та основних матеріалів є таким, що становить прогнозу діяльності такого майнового комплексу;
- аналіз правових принципів здійснення господарської діяльності підприємства, зокрема ліцензування, квотування, вживання механізмів ціноутворення на ринку відповідної продукції (товарів, робіт, послуг), наявність державної підтримки або обмежень, антимонопольні та екологічні вимоги, система оподаткування;
- аналіз його фінансово господарській діяльності, майнового та фінансового стану на дату оцінки;
- підготовку обґрунтованих прогнозу діяльності підприємства, за основними показниками виробництва та реалізації продукції, фінансового і майнового стану, прогнозу потреби такого підприємства, в інвестиціях з визначенням джерел фінансування.

Отримані висновки за результатами проведених аналізів покладаються в основу припущень, які використовуються під час проведення оцінки.

*Задорожній А. О.*

## **РОЗВИТОК КАР'ЄРИ У СУЧАСНИХ СТРУКТУРАХ УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЄЮ**

У сучасних економічних умовах будь-яка організація, незалежно від виду або галузі її діяльності, зіштовхується з проблемою падіння ефективності роботи персоналу. Звісно, існує багато чинників, які погіршують ефективність роботи персоналу, але одними з головних є недостатня мотивація та некваліфікованість працівників. Одним із важелів регулювання цих

чинників виступає управління розвитком кар'єри працівників організації.

На даний момент управління розвитком кар'єри в сучасних структурах управління організацією залишається недостатньо дослідженою темою. Переважна більшість досліджень у цьому напрямку зосереджує свою увагу на окремому вивченні цих понять, а не на їх взаємному об'єднанні. Тому, за сучасних умов прискореного розвитку суспільства, актуальність дослідження у цьому напрямі підвищується.

Управління розвитком кар'єри визначається, як системно організований процес безперервного професійного навчання працівників для підготовки їх до виконання нових виробничих функцій, професійно-кваліфікаційного просування, формування резерву керівників та вдосконалення соціальної структури персоналу.

Для подальшого дослідження кар'єрного розвитку необхідно визначити його види, основні моделі розвитку та головні чинники, які впливають на нього. Так, у сучасній теорії управління виділяють такі види розвитку кар'єри: внутрішньоорганізаційна, міжорганізаційна, спеціалізована, неспеціалізована, вертикальна, горизонтальна, східчаста та прихована [2, С. 125].

Основними моделями розвитку кар'єри на сьогодні є:

- Модель кар'єри "трамплін". Вона передбачає тривалий процес підйому по службовій драбині з поступовим зростанням його потенціалу, знань, досвіду і кваліфікації. Відповідно змінюються займані посади на більш складні і краще оплачувані. "Ця модель розвитку кар'єри найбільш характерна для керівників періоду застою в економіці, коли велика кількість посад в центральних органах і на підприємствах займалися одними людьми по 20-25 років.

- Модель кар'єри "сходи". Ця модель передбачає, що кожна сходинка службової кар'єри представляє собою певну посаду, яку працівник займає фіксований час, наприклад, не більше 5 років. Такого терміну достатньо для того, щоб увійти в нову посаду та опрацювати з повною віддачею. З ростом кваліфікації, творчого потенціалу та виробничого досвіду керівник або фахівець піднімається по службових сходах. Кожну нову посаду працівник займає після підвищення кваліфікації.

- Модель кар'єри "змія". Ця модель придатна, переважно, для керівників та спеціалістів. Вона передбачає горизонтальне переміщення працівника з однієї посади на іншу шляхом призначення із заняттям кожної нетривалий час (1-2 роки). Ця модель передбачає наявність чіткої системи призначення та переміщення і детальне вивчення соціально-психологічного клімату в колективі.

- Модель кар'єри "роздоріжжі". Вона передбачає проходження керівником або фахівцем комплексної оцінки (атестації) після закінчення певного фіксованого або змінного терміну роботи, за результатами якої приймається рішення про підвищення, переміщення або пониження в посаді [3, С. 57].

Одним із головних чинників, який безпосередньо впливає на розвиток кар'єри, виступає структура управління організацією. Під структурою управління розуміється упорядкована сукупність взаємозалежних елементів, що забезпечують функціонування і розвиток організації як єдиного цілого.

Ключовими поняттями організаційної структури є її елементи, зв'язки (стосунки), рівні та повноваження. Елементами організаційної структури можуть бути як окремі робітники (керівники, спеціалісти, службовці), так і служби або органи апарату управління, в яких зайнята певна кількість спеціалістів, що виконують конкретні функціональні обов'язки [1, С. 98].

Проаналізувавши види та моделі розвитку кар'єри з позиції їх можливого застосування у механістичних, органічних та дивізійних типах структур управління організацією, можна зробити висновок, що для кожного з цих типів управлінських структур характерні свої види та моделі розвитку кар'єри. Отримані результати представлені нижче у табличному вигляді (табл.1.).

Таким чином, отримані результати аналізу дають нам змогу детально охарактеризувати кожний із типів структур управління організацією з позиції перспективи кар'єрного розвитку, а також формують теоретичну основу для подальшого вибору індивідом тієї структури управління, яка найточніше відповідає його уявленням про перспективи його майбутнього кар'єрного розвитку в цілому.

Табл. 1. Результати співвідношення видів та моделей кар'єрного розвитку у сучасних типах структур управління організаціями

Структури управління організацією	Види кар'єрного росту	Види моделей кар'єрного росту
Механістичні	Внутрішній, міжорганізаційний, спеціалізований, вертикальний	Трамплін, сходи, змія
Органічні	Внутрішній, міжорганізаційний, спеціалізований, неспеціалізований, вертикальний, горизонтальний	Трамплін, сходи, змія
Дивізійні	Внутрішній, міжорганізаційний, спеціалізований, неспеціалізований, вертикальний, горизонтальний, сходи, прихований.	Трамплін, сходи, змія, роздоріжжя

#### Список використаних джерел:

1. Федулова Л. І. Менеджмент організацій: навч. посіб. / Л. І. Федулова. – Львів: "Тріада плюс", 2008. – 456 с.
2. Савченко В. А. Управління розвитком персоналу: навч. посіб. / В. А. Савченко. – К.: КНЕУ, 2002. – 351 с.
3. Микитюк П. П. Інноваційний менеджмент: навч. посіб. / П. П. Микитюк. – К.: КНЕУ, 2010. – 451 с.

*Калюжний А. О.*

#### ОСОБЛИВОСТІ РЕКЛАМИ В МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ

В сучасному суспільстві реклама посідає значне місце та відіграє економічну, соціальну, політичну і навіть освітню ролі. Мета реклами вже давно вийшла за рамки комерційних комунікацій. Це зумовлюється рядом обставин: 1) реклама є тим засобом, завдяки якому фірма, підприємство, організація може передати інформацію потенційним споживачам, прямий контакт з якими встановити важко, а часом і взагалі неможливо; 2) реклама являє собою рушій розвитку, вона спонукає людей до певних дій, що відповідають цілям збуту; 3) це агітація на користь будь-якого товару, марки, бренду, фірми; 4) реклама створює робочі місця і таким чином збільшує кількість працездатного населення (для створення реклами необхідні спеціалісти); 5) реклама є джерелом інформації від виробника, яка для споживача є особливо цінною.

Останнім часом відбувається бурхливий розвиток інформаційних технологій, а разом з ними і систем інтерактивного маркетингу. Одним із його ключових елементів є глобальна комп'ютерна мережа Інтернет, що має унікальні можливості для рекламної діяльності. Інтернет-реклама – представлення товарів, послуг або підприємства в мережі Інтернет, орієнтоване на масового клієнта і має характер переконання. Інтернет дозволяє рекламодавцям досягти, передусім, молодіжної аудиторії, яка майже не користується телебаченням.

На сучасному етапі інтернет-реклама має такі різновиди: медійна, контекстна, вірусна, пошукова та геоконтекстна. Медійна реклама – розміщення текстово-графічних рекламних матеріалів на сайтах, що представляють собою рекламний майданчик. За багатьма ознаками аналогічна рекламі в друкованих ЗМІ. Однак, наявність у банера гіперпосилання, анімованого зображення значно розширюють вплив медійної реклами. Контекстна реклама – розміщення інтернет-реклами, засноване на відповідності змісту рекламного матеріалу контексту інтернет-сторінки, на якій розміщується рекламний блок. Носієм реклами може бути текст, рекламний банер або відеоролик. Пошукова реклама – розміщення текстово-графічних рекламних матеріалів поряд з результатами пошуку на сайтах, або на сайтах партнерів пошукових систем, що пропонують користувачеві функцію пошуку. Демонстрація тих чи інших рекламних повідомлень залежить від пошукового запиту користувача. Геоконтекстна реклама – реклама на веб-картах (наприклад, Google Maps, Яндекс.Карти). Рекламні повідомлення показуються

користувачеві при перегляді ділянки карти з урахуванням контексту запиту. Вірусна реклама - вид рекламних матеріалів, розповсюджувачами яких є сама цільова аудиторія, завдяки формуванню змісту, здатного залучити нових отримувачів інформації за допомогою яскравої, творчої, незвичайної ідеї або з використанням природного або довірчого послання. Як правило у вигляді такої реклами виступають цікаві відеоролики, flash-програми та ін.

Інші види реклами в Інтернеті як правило поєднують ознаки медійної і пошукової або ж переносять ці ознаки в суміжні з розміщенням на інтернет-сторінках області. Так, видами інтернет-реклами вважаються розміщення реклами в розсилках по підписці або в клієнтах програм, встановлених на робочій станції користувача тощо[5].

Для інтернет-реклами характерні як переваги, так і недоліки. До переваг можна віднести такі обставини:

- легка доступність для споживача;
- інформація, яка передається через інтернет-банер та відповідну Web-сторінку має більший порівняно з традиційною рекламою, опис продукту і послуги;
- інтернет-реклама, як і сам Інтернет стає більш масовою з кожним роком;
- інтернет-реклама є більш дешевою для рекламодавця ніж інші традиційні засоби розміщення реклами;
- інтернет-реклама більш за будь-який інший засіб розміщення реклами привертає увагу потенційних споживачів.

Але інтернет-реклама має і свої недоліки які виявляються в таких тенденціях:

- все менше людей довіряють рекламі в Інтернеті, через бурхливий розвиток фіктивних пропозицій у перші роки інтернет-реклами;
- складність знаходження потрібного сайту з потрібною рекламою вдруге;
- не всі громадяни України на даний час мають доступ до Інтернету;
- інформація, яка міститься в рекламі надходить до потенційного споживача, незалежно від його бажання (спам, виринаючі вікна тощо) [2].

З кожним роком частка інтернет-реклами на світовому рекламно-комерційному ринку збільшується. Не винятком є й Україна, яка за результатами дослідження міжнародної компанії Gemius спільно з IAB Europe стала лідером в Центральній та Східній Європі за динамікою зростання ринку інтернет-реклами з річним темпом понад 59% [4]. Хоча лідером за обсягом у грошовому вираженні залишається Росія (1 млрд євро проти 42 млн в Україні), але те, що Україна знаходиться серед країн, де онлайн-реклама поки що не перевищує 100 млн євро в рік, означає хороший потенціал до зростання в цьому плані.

Загальна онлайн-аудиторія Центральної та Східної Європи (станом на грудень 2011 року) склала 144 млн. При цьому, значна її частка припадає на Росію, Туреччину, Україну і Польщу (38%). Україна за обсягом онлайн-аудиторії знаходиться на четвертому місці в регіоні. Також, в Україні та Білорусії — найвищі темпи зростання такої аудиторії (близько 20% в рік) [4].

За галузевою структурою, лідерами інвестицій в інтернет-рекламу є автомобільні компанії, продавці електроніки та телекомунікаційні фірми. Відстають фінансові і ріелторські компанії.

Як підсумок, слід відзначити, що низька вартість проведення рекламних кампаній в Інтернет, висока ефективність та можливість оперативного внесення змін сприятиме активному розвитку інтернет-реклами в Україні, яка з часом може витіснити інші, більш дорогі види реклами, і стати пріоритетним засобом привертання покупців у сфері бізнесу. Така тенденція пов'язана з тим, що потенційні споживачі, особливо молодь, все більше часу проводять в мережі Інтернет і менше уваги приділяють телебаченню, пресі, радіо тощо. Тим не менш, актуальними для України залишаються питання законодавчого врегулювання нових інформаційних відносин, які виникають у системі «людина-Інтернет» і нерозривно пов'язані з інтернет-рекламою.

#### **Список використаних джерел:**

1. Вакалюк А. Обсяг рекламно-комунікаційного ринку України у 2009 році і прогноз на 2010 рік. Експертна оцінка Всеукраїнської Рекламної Коаліції / А. Вакалюк, М. Лазебник //



Маркетинг в Україні. – 2009. – №6. – С.30-34.

2. Заєць О. П. Сучасність інтернет-реклами, її переваги та недоліки. [Електронний ресурс] / О. П. Заєць, О. А. Самойленко. – Режим доступу: [http://www.rusnauka.com/17\\_AND\\_2010/Economics/68773.doc.htm](http://www.rusnauka.com/17_AND_2010/Economics/68773.doc.htm). – Назва з екрану.

3. Лазебник М. Обсяг рекламно-комунікаційного ринку України у 2008 році та прогноз на 2009 рік / М. Лазебник // Маркетинг в Україні. – 2008. – № 6. – С.28-32.

4. Новини тижня: політика, фінанси, економіка, аналітика [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://news.dt.ua/>. – Назва з екрану.

5. Юрасов А. В. Электронная коммерция: учеб. пособие / А. В. Юрасов. – М.: Дело, 2003. – 480 с.

*Коробчук В.*

## **МЕРЧАНДАЙЗІНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ МАРКЕТИНГОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА**

Питання мерчандайзінгу є надзвичайно актуальним на сучасному етапі. Це зумовлено тим, що в умовах жорсткої ринкової конкуренції керівники магазинів повинні приділяти мерчандайзінгу не менше уваги, чим вибору постачальників і відбору товару. Якою б оригінальною не була нова колекція товару, вона має бути представлена в торговельному залі належним чином - лише в цьому випадку можна розраховувати на успіх. В даний час існують проблеми при використанні поведінкових теорій в технологіях мерчандайзінга. Однією з них є те, що інфраструктура роздрібної торгівлі характеризується наявністю великої кількості дрібних підприємств стаціонарної мережі, ринків, які важко орієнтувати на нові вимоги споживачів. Добиватися ж переваги перед конкурентами на основі ціни, асортименту, просування або місця розташування торговельного підприємства досить складний. Іншою важливою проблемою є співвідношення доходів і поведінки відвідувачів торговельного залу.

Існує безліч підходів до визначення поняття “мерчандайзінг”, але всі вони вказують на те, що це елемент маркетингу, представлений сучасними схемами організації продажів і просування продукції, призначених для сукупного вираження методів і форм продажу товару. Він класифікує різні види, стилі і методи збуту продукції в системі роздрібних продажів. Частина визначень поняття мерчандайзінга розглядається в широкому сенсі, частина схиляється до вузького, такого, що має практичну важливість. Так, в деяких тлумаченнях мерчандайзінг розглядається як комплекс заходів і дій з місця розташування, упаковки і систематизації продукції в торговельних залах з метою зростання збуту. Ми вважаємо, що такий підхід є обмежувальним. Інші визначення трактують мерчандайзінг як внутрішньо магазинний маркетинг або долю інтегрованих маркетингових комунікацій. Аналізуючи наукові поясненні поняття “мерчандайзінг”, потрібно виділити визначення яке, охоплює максимально широку кількість чинників, які входять в значення терміну “мерчандайзінг”. Мерчандайзінг – комплекс заходів щодо підготовки товарів до продажу в роздрібній мережі, що включає оформлення торговельних вітрин, прилавків, розташування товару в торговельному залі, надання інформації про сам товар, його виробництво і якість. Мерчандайзінг – це організація і управління торговельним процесом в торговельній точці. Розглядаючи мерчандайзінг як один з процесів маркетингу, необхідно відзначити наступні найбільш значимі чинники, які допоможуть досягти роздрібному торговельному підприємству, такому як супермаркет, максимального прибутку:

- має бути продумано до дрібниць і вивірено викладення продукції на вітрині або спеціальному устаткуванні;
- рекламні матеріали, що знаходяться в місці торгівлі товару повинні відповідати іміджу даної фірми;
- рекламні матеріали мають бути додатком до виставленої в торговельному залі і на точці продукції, а не лише чистою рекламою;
- важливо завжди прагнути максимально можливого асортименту товару або його групи;
- ціни на товарах в обов'язковому порядку мають бути правильно заповнені відповідно до всіх нормативних вимог продажу і містити зрозумілу, корисну і необхідну для споживача інформацію;
- місце викладення і розташування товару в торговельних залах має бути певним чином продумане: рівень розташування товару, можливість ознайомитися з ним,

подібне;

- необхідно здійснювати повну підготовку і підбір продавців.

Таким чином, мерчандайзінг є важливою частиною продажів не для господаря магазину, а швидше для виробників, що орендують торгівельні площі і що розміщують в магазинах свій товар і прагнуть позиціонувати їх по-іншому, ніж конкуренти. Тут велику роль гратимуть цінові чинники, якість товару, марка, дизайн, упаковка і так далі. Отже, в результаті детального розгляду поняття “мерчандайзінг” можна зробити висновок, що це – мистецтво продавати, а його сутність розкривається в тому, як розташувати товар в магазині, щоб він продавався найефективніше і без участі продавця. В цілях збільшення збуту роздрібні торговці повинні вміти передбачити поведінку відвідувача.

Таким чином в умовах сучасної економічної ситуації будь-яка компанія, яка прагне успішно працювати на ринку споживчих товарів, повинна орієнтуватися не лише на якість і актуальність продукції, що випускається, на своєчасну доставку її в торгівельні точки, але і замислюватися про мерчандайзінг своєї продукції. Бо саме дана маркетингова комунікація дозволяє ефективно просувати той або інший товар, марку, упаковку саме в торгівельному залі, де безпосередньо приймається рішення про покупку. Проте необхідними умовами успішного досягнення запланованих результатів є: по-перше, активна взаємодія виробника, дистриб'ютора і продавця; по-друге, створення і впровадження комплексної програми мерчандайзінга, що включає розробку інструментів мерчандайзінга і його організацію в компанії; по-третє, орієнтація на потреби покупця; по-четверте, професіоналізм торгівельних представників і мерчандайзерів. В результаті вживання даної технології в процесі реалізації продукції, з одного боку, роблять простішою орієнтацію покупця в пропонованому асортименті товарів, а з іншою, - економить бюджет компанії по просуванню товару, збільшує об'єми продажів і прибутку. Вдале планування і правильний розподіл залу на торгівельні зони, вибір що відповідає потребам покупців асортименту і призначення відповідних відділів і секцій, атмосфера магазину і ряд інших чинників неодмінно мають бути орієнтовані на скорочення часу, що витрачається на пошуки запланованих товарів, щоб вивільнити його для здійснення незапланованих покупок і неквапливого вивчення товарів попереднього вибору.

*Кудінова А. О.*

## **ОСОБЛИВОСТІ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПЕРСОНАЛУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ**

Процеси інтеграції та глобалізації – виклики сьогодення, притаманні сучасному господарському комплексу України. Управління на рівні держави набуває соціально орієнтованого спрямування, в результаті чого людина розглядається як основна рушійна сила соціально-економічного розвитку суспільства. На сучасному етапі розвитку економіки, який характеризується високою швидкістю змін, нестабільністю та невизначеністю, для забезпечення безперервного процесу соціально-економічного розвитку кожне підприємство повинне прагнути до раціонального використання ресурсів, підвищення прибутковості виробництва, поліпшення якості продукції і задоволення соціальних потреб своїх працівників і населення території, на якій воно функціонує.

Досвід країн, де спостерігається піднесення конкурентоспроможності персоналу, підприємств та корпорацій, підводить до думки, що економічний прорив та впровадження інноваційної моделі розвитку можливі в Україні лише в тому разі, коли держава, підприємці, роботодавці зроблять ставку саме на розвиток персоналу підприємства. Тому можна сказати, що ефективність реалізації системи управління соціально-економічним розвитком підприємств багато в чому залежить від розвитку персоналу.

Отже, персонал — найбільш складний об'єкт управління в організації, оскільки, на відміну від речових факторів виробництва, є живим, має можливість самостійно приймати рішення, діяти, критично оцінювати пред'явлені до нього вимоги, має суб'єктивні інтереси і т.п.

В умовах, посилення конкуренції на ринку важливого значення набувають такі складові конкурентоспроможності персоналу підприємства, як освіта, професійні знання, уміння та практичні навички; відповідність психофізіологічних і соціально-психологічних особливостей людини вимогам професії. Одним із завдань управління розвитком персоналу є

забезпечення організації тими працівниками, які здатні реалізувати стратегію управління компанії, мають для цього необхідні здібності та компетенцію.

Розвиток персоналу можна трактувати як системно організований процес безперервного професійного навчання працівників для підготовки їх до виконання нових виробничих функцій, професійно-кваліфікаційного просування, формування резерву керівників та вдосконалення соціальної структури персоналу. Розвиток персоналу забезпечується заходами з виробничої адаптації персоналу, оцінювання кадрів для здійснення атестації кадрів, планування професійної кар'єри робітників і фахівців, стимулювання розвитку персоналу тощо.

Визначення потреби організації у професійно придатних, компетентних працівниках передбачає впровадження в її структурних підрозділах підприємства систем профорієнтації, професійного навчання і прогнозування персоналу у професійному та кваліфікаційному розрізах. Призначення останньої системи полягає у тому, щоб встановити в якісному і кількісному вираженні організації у персоналі на короткостроковий, середньостроковий та довгостроковий періоди й порівняти цю потребу з наявним трудовим потенціалом. Для прогнозування своїх потреб у персоналі з метою забезпечення цілеспрямованого розвитку працівників організація повинна мати у своєму розпорядженні чіткий опис усіх робочих місць та посад (обов'язки, функції, права і відповідальність персоналу); визначити кваліфікаційні вимоги для персоналу, потрібні професійні знання, уміння та навички, санітарно-гігієнічні характеристики робочих місць і посад, їх вимоги до індивідуально-психологічних особливостей персоналу; співставити потім зазначені вимоги до персоналу з фактичним рівнем професійної придатності працівників, ступенем розвитку їх компетенцій.

Після виконання зазначених процедур організація розробляє конкретні заходи щодо усунення виявлених розбіжностей між фактичним рівнем професійної придатності персоналу, ступенем його розвитку та необхідними для підприємства рівнями професійної придатності і компетенції працівників у відповідності до обраного варіанту стратегії управління організацією [1]. Важливе значення для забезпечення конкурентоспроможності персоналу організації має стимулювання розвитку працівників та раціонального використання їх компетенцій. Набуті працівниками в процесі професійного навчання знання, уміння і практичні навички не принесуть ніякої користі організації, якщо робітники чи фахівці з вищою освітою не зацікавлені їх реалізувати з максимальною ефективністю, не проявляють інтересу до свого професійно-кваліфікаційного просування тощо. Тому однією з основних задач управління розвитком персоналу стає оптимізація результатів трудової діяльності працівників завдяки підвищенню їх рівня мотивації і устремління до високопродуктивної праці. Розвиток персоналу є одним з найважливіших напрямів раціонального функціонування будь-якої організації, її конкурентоспроможності на ринку.

Конкурентоспроможність персоналу організації визначається не тільки відповідністю психофізіологічних та соціально-психологічних особливостей людини до вимог, зайнятого нею робочого місця чи посади, рівнем її освітньої або професійної підготовки, стажем роботи, а й ступенем задоволеності працівником своєю працею. У тих, хто не задоволений трудом, якість праці невисока, часті випадки порушення трудової дисципліни, відсутня достатня заінтересованість стосовно подальшого професійного розвитку.

Можна сказати, що стратегічне управління персоналом підприємства – це багатогранний процес, здійснення якого дозволить забезпечити підприємство висококваліфікованими та конкурентоспроможними працівниками, створити умови для більш повного розкриття їх потенціалу та ефективного його використання, забезпечити умови для продуктивної праці, мотивації, розвитку всіх працівників, збалансувати інтереси підприємства та працівників, що, в свою чергу, дозволить об'єднати всю кадрову роботу для реалізації конкурентної стратегії підприємства, істотно підвищити ефективність господарювання та досягти конкурентних переваг.

Таким чином, стратегічне управління підприємством дає змогу узагальнити і вирішити цілий ряд питань адаптації працівників до зовнішніх умов, враховуючи при цьому особистісний фактор. Стратегічне управління персоналом дозволяє вирішувати наступні завдання:

1) забезпечення підприємства необхідними людськими ресурсами у відповідності до його стратегії;

2) формування внутрішнього середовища підприємства таким чином, що внутрішньоорганізаційна культура, ціннісні орієнтири, пріоритети у потребах створюють умови та стимулюють відтворення та реалізацію людських ресурсів та власне стратегічного управління;

3) здатність усунення протиріч в питаннях централізації-децентралізації управління персоналом.

Для вдосконалення процесу стратегічного управління персоналом необхідно забезпечити комплексне бачення проблем і цілісний підхід до людських ресурсів у взаємозв'язку зі стратегічними установками підприємства та створення корпоративної культури інноваційного типу.

#### **Список використаних джерел:**

1. Романюк Л.М. Теоретичні аспекти стратегічного управління підприємством та його персоналом / Л.М. Романюк // Наукові праці КНТУ. – Економічні науки. – 2010. – Вип.17. – С. 210-218.

2. Пархоменко Н.А. Середовище стратегічного управління персоналом / Н.А. Пархоменко // Науковий вісник ЛНАУ. – 2010. – №17. – С. 172-180.

3. Савченко В. А. Управління розвитком персоналу / В. А. Савченко//Науковий вісник ЛНАУ. - 2009.-№12.- С. 122-129.

*Лаухін О.*

### **УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ПІДПРИЄМСТВІ**

Важливим елементом продуктивних сил та головним джерелом розвитку економіки є: люди, майстерність, освіта, підготовка, мотивація діяльності. Непересічна залежність конкурентоспроможності економіки, рівня добробуту населення, якості трудового потенціалу персоналу підприємства, організації.

Персонал підприємства формується та змінюється під впливом внутрішніх факторів – це характер продукції, яка випускається на підприємстві, технології та організації виробництва; Та під впливом зовнішніх факторів – це демографічні процеси, юридичні та моральні норми суспільства, характеру ринку праці.

Забезпечення підприємства кваліфікованими кадрами, раціонального використання залежать організаційно-технічний рівень виробництва, підприємства, його фінансова стабільність, показники діяльності підприємства.

Результати господарської діяльності підприємства залежать від ефективності використання живої праці – найбільш вирішального фактору виробництва, тому що підприємство створилося самою людиною для задоволення потреб. Забезпеченість підприємства трудовими ресурсами, раціональне їх використання, високий рівень продуктивності праці сприяють збільшенню обсягів виробництва продукції, ефективному використанню устаткування, обладнання, машин, механізмів, зниженню собівартості та зростанню прибутку.

У своїй роботі, я поставив метою:

- висвітлення кадрової політики;
- розкриття цілей та засобів кадрової політики в ринкових умовах господарювання;
- висвітлення принципів управління персоналом;
- обґрунтування систем та засобів управління персоналом підприємства;
- розкриття прийомів гнучкого управління персоналом підприємства;
- характеристика оцінки персоналу, як одного з найважливіших елементів управління персоналу;
- аналіз техніко-економічних показників досліджуваного підприємства;
- аналіз складу персоналу;
- аналіз структури персоналу;
- аналіз руху персоналу;
- аналіз використання робочого часу на підприємстві та розрахунок впливу факторів на використання робочого часу;



- характеристика напрямків кращого використання трудових ресурсів.

Досягнення цієї мети можливе лише при розумінні, що являють собою трудові ресурси та персонал підприємства.

Трудові ресурси – це частина працездатного населення, що за своїми віковими, фізичними, освітніми даними можуть працювати у певній сфері діяльності.

Персонал підприємства являє собою сукупність постійних працівників, що отримали необхідну професійну підготовку та мають досвід практичної діяльності.

На підприємстві працюючі поділяються на групи:

персонал основної діяльності, або працівники, зайняті на основних, допоміжних, обслуговуючих виробництвах;

Персонал невиробничої діяльності – це працівники, не зв'язані з процесами виробництва, але знаходяться на балансі підприємства, тобто працівники соціальної інфраструктури.

У відповідності з характером виконуваних функцій персонал підприємства поділяється на чотири категорії:

керівники – це працівники, що займають посади керівників підприємств та структурних підрозділів;

спеціалісти – це працівники, що займаються інженерно-технічними, економічними та іншими роботами;

службовці – це працівники, що здійснюють підготовку та оформлення документації, облік та контроль, господарське обслуговування;

робітники – це працівники, що беруть безпосередню участь у створенні матеріальних цінностей.

Робітники поділяються на основних – що беруть безпосередню участь у створенні продукції, та допоміжних – це працівники, які займаються допоміжними та обслуговуючими роботами на підприємстві.

Сучасний бізнес передовсім базується на управлінні. Якщо люди – це основа виробництва, то управління ними відіграє головну роль в діяльності підприємства. Як організує керівник управління персоналом, так буде працювати підприємство. Ефективне управління приведе до бажаних результатів та до досягнення головної цілі підприємства – це максимальне отримання прибутку.

Використання персоналу являє собою комплекс заходів спрямованих на забезпечення умов для ефективної реалізації творчого, фізичного і трудового потенціалу працівників.

Використання персоналу повинно відповідати цілям організації, не ігнорувати інтереси працівників і дотримуватись Законів про працю.

Під час використання трудових ресурсів підприємства слід пам'ятати, що праця виконує основну функцію матеріального забезпечення життя людини. Вона, як правило є основним джерелом її доходу.

Тому висвітлення питань, пов'язаних з удосконаленням та використанням трудових ресурсів підприємства на сучасному етапі розвитку підприємств, заслуговує уваги.

#### **Список використаних джерел:**

1. Тарасенко Н.В. Економічний аналіз діяльності промислового підприємства: Нав. пос. – К. : НБУ, Львів : Банківський Інститут, 2000

2. Олійник С.У. Стратегія і тактика діяльності промислового підприємства в умовах ринку Київ, 1996

3. Зубовський В.М. Економіка підприємства Опорний курс лекцій – К.:Європейський університет, 2000

**Маєвська А.О.**

### **ФОРМУВАННЯ РЕСУРСІВ КОМЕРЦІЙНИХ БАНКІВ**

Банківська система є важливим елементом будь-якої країни, оскільки, мобілізуючи тимчасово вільні кошти, перетворює їх на капітал, що працює. Від оптимальної структури ресурсної бази комерційних банків залежать такі показники їхньої діяльності, як рентабельність і ліквідність. В умовах дефіциту фінансових ресурсів особливої актуальності набувають питання формування ресурсної бази банків, оптимізація їхньої структури та вибору стратегії

управління ними. Перед українськими комерційними банками гостро стоїть проблема розбіжності строків залучення та розміщення ресурсів, тобто не вирішено остаточно завдання забезпечення ліквідності та платоспроможності. Необхідно підтримувати певне співвідношення між власними і залученими коштами, оскільки надмірна наявність залучених коштів збільшує ризик і підвищує потенційну загрозу неплатоспроможності банку. Переважне формування банківських ресурсів за рахунок власного капіталу призводить до втрати певною групою акціонерів контролю над банком, зниження рівня виплати дивідендів і ринкової вартості акцій [1].

Питання формування ресурсів комерційних банків знаходяться в центрі постійної уваги науковців та банкірів-практиків та є одним із найважливіших завдань для забезпечення економічного зростання. Банківська система повинна мати сукупність ресурсів, достатніх як для кредитування поточних потреб суб'єктів господарської діяльності, так і для розвитку інвестиційної діяльності, формування відповідних резервів і підтримки власної ліквідності [2 с. 30-36]

Метою даного дослідження є особливості формування ресурсів комерційних банків.

Основними завданнями проведеного дослідження стали:

-розглянути сутність ресурсної бази комерційного банку ;

-на основі світового досвіду,проаналізувати структуру та джерела формування фінансових ресурсів комерційних банків України..

Банківська система-одна з найважливіших і невід'ємних структур ринкової економіки. У визначенні ресурсної бази мають місце різні трактування дослідників. Так, на думку автора Алексеенко М.Д. «Ресурсна база комерційного банку -це сукупність грошових коштів господарюючих суб'єктів і грошових доходів населення, які мобілізуються банком на умовах виникнення відносин власності та боргових зобов'язань для подальшого розміщення серед потребують додаткових юридичних і фізичних осіб з метою отримання прибутку ». В іншому визначенні «ресурсна база банку - система відносин, що виникають між комерційним банком та іншими господарюючими суб'єктами та приватними особами у зв'язку із залученням їх коштів для подальшого їх розміщення з метою отримання доходу» [3 с.79]

Банківські ресурси з точки зору джерел утворення поділяються на власні і залучені. До власних коштів банку належать статутний капітал, резервний та інші фонди, резерви на покриття різноманітних ризиків і нерозподілений прибуток.

До залучених коштів відносяться кошти на депозитних рахунках банківських клієнтів, позики, отримані від інших банків, і кошти, отримані від інших кредиторів [4]

Джерелами формування капіталу банку можуть бути:

1. Статутний капітал банку, який, у свою чергу, формується з акціонерного або приватного капіталу під час організації нового банку шляхом акумулювання внесків засновників чи випуску і реалізації акцій

2. Резервний фонд комерційного банку. Це грошові ресурси, що резервуються банком для забезпечення непередбачених витрат, покриття збитків від банківської діяльності, а також виплати дивідендів по привілейованих акціях, якщо недостатньо прибутку.

3. Спеціальні фонди (фонд основних коштів, фонд переоцінки основних засобів та інші), які призначені для виробничого та соціального розвитку банку.

4. Нерозподілений прибуток - джерело внутрішнього походження. За своїм змістом він є резервом банку, який залишається після розподілу чистого прибутку на сплату податку, формування резерву та виплату дивідендів власникам і призначається на капіталізацію, тобто на розширення банківського бізнесу.

У сучасних умовах формування залучених банківських ресурсів може здійснюватися двома основними способами: шляхом проведення депозитних операцій та отримання позик на грошовому ринку. Комерційні банки можуть залучати кошти юридичних та фізичних осіб за допомогою банківських векселів. Банківській вексель має депозитну природу і саме цим схожий на депозитний сертифікат.

Ще одним джерелом поповнення ресурсів комерційного банку є міжбанківське кредитування. Міжбанківські кредити мають як правило короткостроковий характер. Загальний розмір отримання комерційним банком міжбанківських ресурсів обмежується розміром власних

ресурсів банку.

Комерційні банки можуть позичати кошти у Національного банку України шляхом одержання кредитів через закриті кредитні аукціони; ломбардне кредитування або кредитування під забезпечення державних цінних паперів; шляхом рефінансування у формі переобліку векселів та перезастави векселів.

Отже, за джерелами формування ресурси поділяються на власні, позичені та залучені. Основним джерелом залучених ресурсів є депозитні операції та послуги банків. Правильна та ефективна організація залучення ресурсів необхідна для забезпечення нормальної банківської діяльності. Ці обставини зумовлюють необхідність подальшого вивчення теоретичних поглядів щодо формування ресурсів комерційних банків, а також вдосконалення ресурсної політики банків з метою розвитку вітчизняної банківської системи та наближення її до світового рівня.

Список літератури

1. Стойко О.Я. банківські операції [електронний ресурс]:навч посіб/О.Я. Стойко.-Режим доступу:<http://www.vuzlib.net>.
- 2.Гриньго О прогнозування ресурсів банківських установ [текст] О Гриньго,В.Хохлов//Вісник НБУ.-2008.-№8.-С.30-36
- 3.Алексеєнко М.Д., Герасимович А.М. Аналіз банківської діяльності. - К: КНЕУ. - 2006. - С.79
4. . Стойко О.Я. банківські операції [електронний ресурс]:навч посіб/О.Я. Стойко Режим доступу: [http://vuzlib.org/bo\\_S/2-1.htm](http://vuzlib.org/bo_S/2-1.htm)

*Маєвська Ю.*

## **ОЦІНКА ВПЛИВУ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ НА ЕФЕКТИВНУ ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА**

В сучасних умовах надзвичайно гостро постають питання щодо підвищення керованості соціально-економічного становища підприємства, що можна досягнути за допомогою підвищення ефективності діяльності економічного стану на основі формування і вдосконалення раціональної корпоративної культури.

Корпоративна культура — це система цінностей та переконань, які розділяє кожен працівник фірми та передбачає його поведінку, обумовлює характер життєдіяльності організації. Корпоративна культура це також спосіб і засіб створення організації, яка самостійно розвивається. Значення наявності корпоративної культури на підприємстві визначається можливістю забезпечувати дохідність фірми методом удосконалення управління людськими ресурсами, забезпечення лояльності працівників, виховання, сприйняття компанії як власного дому, вирішення питань без конфліктів. Основні компоненти корпоративної культури — базові правила, цінності, спільна мова, легенди та символіка.

Термін «корпоративна культура» з'явився в XIX столітті. Він був сформульований і застосований німецьким фельдмаршалом Мольтке, який застосовував його, характеризуючи взаємини в офіцерському середовищі. У той час взаємини регулювалися не тільки статутами, судами честі, але й дуелями. Правила поведінки, як писані, так і неписані, склалися всередині професійних співтовариств ще в середньовічних гільдіях, причому порушення цих правил могли призводити до виключення їх членів із співтовариств.

Корпоративна культура в широкому розумінні включає в себе предметні результати діяльності людей (машини, споруди, результати пізнання, твори мистецтва, норми моралі і права тощо), а також людські сили і здібності, реалізовані в діяльності (знання, вміння, навички, рівень інтелекту, морального і етичного розвитку, світогляд, способи і форми спілкування людей). У більш вузькому сенсі - ця сфера духовного життя людей.

Наприкінці XX століття поняттям «корпоративна культура» стали користуватися менеджери і дослідники організацій, за допомогою якого визначають загальний клімат організації та характерні методи роботи з людьми, а також проголошені нею цінності і її кредо.

До формування корпоративної культури організації необхідно підходити індивідуально, враховуючи специфіку підприємства в цілому, а також його призначення (місія, цінні завдання).

операційні засоби, що включають не тільки технологію, але і стиль діяльності учасників корпорації, систему стимулювання, контроль, інформаційне забезпечення та т.д.; критерії досягнення цілей та оцінки результатів; кошти внутрішньої інтеграції, до яких відносять, прийоми включення нових членів до корпорації, спосіб розподілу влади, стиль взаємовідносин, система заохочень і покарань, церемонії (вшанування видатних працівників, вшанування символів корпорації), ритуали (символічні заходи, покликані нагадувати працівникам про поведінку, яка від них вимагається) і т.д.

У процесі формування та реалізації корпоративної культури слід визначити, в першу чергу, такі фактори як культура керівника і національна культура, місія організації, галузь, зовнішнє середовище, структура і розмір організації та інші. Крім них, необхідно вивчити принципи і завдання формування цієї культури взагалі. Саме здатність вирішувати поставлені перед корпоративною культурою цілі та завдання визначають її ефективність, яка може бути виміряна і оцінена за допомогою різних - якісних та кількісних - методів.

Таким чином, корпоративна культура - це тонкий інструмент в руках менеджера, за допомогою якого можна привести організацію до успіху, процвітання і стабільності, але при невмілому або недоречному використанні можливі прямо протилежні результати. Тому корпоративну культуру необхідно вивчати, стежити за її формуванням, удосконалювати і регулювати її зміни. Вона повинна стати органічною частиною всієї організації, бути адекватною сучасним вимогам, продиктованими соціально-економічним і технологічним розвитком, специфікою законодавства і менталітету, а також специфікою конкретної корпорації і сприяти досягненню поставлених цілей, а, отже, і підвищенню ефективності діяльності корпорації.

*Мерзлий К.К*

## **СУЧАСНІ ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РЕСУРСАМИ ПІДПРИЄМСТВА**

Управління фінансами як галузь управління підприємством з'явився лише на початку ХХ століття. Порівняно недовгий термін існування зумовив безперервність процесу пошуку нових ефективних напрямків реалізації управлінської діяльності щодо фінансів і постійне їх покращання. Економічні умови сьогодення, їх постійна зміна, нестабільність активізують процес удосконалення теоретичних і практичних засад для організації достатнього забезпечення суб'єктів господарювання інструментами фінансового управління.

Проблемам дослідження й удосконалення фінансового менеджменту підприємств присвячено наукові роботи багатьох економістів, зокрема, І.О. Бланка, Є. Бріггема, В.В. Ковальова, Л.О. Омелянович, Ю.В. Петленко, А.М. Поддєрьогіна, О.С. Стоянової та інших. Метою статті є визначення недоліків системи управління фінансами українських підприємств і обґрунтування можливих напрямків їх усунення.

Спочатку нові завдання управління фінансами виникали на прогресивних підприємствах, а потім вони поставали перед менш розвиненими компаніями, а провідні підприємства в цей час вирішували вже складніші проблеми [1; 2].

В Україні немає традицій управління фінансами, оскільки фінансовий менеджмент формувалася стихійно та методи управління дуже різняться. Так, одні вчені розробили вітчизняну школу фінансового менеджменту, інші опанували американські підходи чи європейські.

Недостатній розвиток законодавчої бази також впливає на особливості управління фінансами на українських підприємствах. У сучасних умовах керівництво компаній на перший план часто ставить податковий менеджмент і оптимізацію оподаткування, а не зростання вартості підприємства та прибутковості.

Ще однією проблемою сучасних українських підприємств у сфері реалізації ефективного управління фінансами є недосконалість організації фінансової служби. Протягом періоду функціонування командної економіки всіма фінансовими операціями на українських підприємствах займалась бухгалтерія.

На українських підприємствах активно використовується такий інструмент фінансового контролінгу як бюджетування. Проте більшість підприємств під час складання бюджетів



використовує фіксовані бюджети, що ускладнює процес внесення змін до плану витрат у процесі реалізації фінансової стратегії підприємством як реакцію на зовнішній вплив.

Сьогодні економісти говорять про необхідність адаптації світового досвіду до українських умов. Проте система обліку та статистики на підприємствах, не відповідає міжнародним стандартам і вимогам. Тому без відповідної переробки не можна застосувати теорію та практику фінансового менеджменту західного зразка. Це є ще одним обмеженням розвитку фінансового менеджменту в Україні.

Управління фінансами в Україні перебуває на стадії розвитку та має низку недоліків, спричинених переважно командною економікою та сучасними умовами, як ринковими, так і державними (економічна і політична криза, нерівномірний розвиток галузей економіки, поява нових форм організації бізнесу і т. ін.). Основні проблеми впровадження ефективного фінансового управління на українських підприємствах пов'язані з відсутністю науково обґрунтованих механізмів пристосування до специфічних умов національної економіки, видів діяльності й організаційних форм бізнесу, та недосконалістю організаційного й інформаційного забезпечення.

У цьому зв'язку вітчизняна система управління фінансами потребує поглиблених наукових концептуальних розробок і практичного вдосконалення, докорінної перебудови механізму управління фінансами в цілому. Відповідно виявлених проблем, шляхами покращання системи фінансового менеджменту на підприємствах України можуть стати:

- розробка вітчизняними економістами нових підходів до управління фінансами підприємств з урахуванням особливостей функціонування кожної організаційної форми бізнесу;
- наголос у дослідженнях методів і прийомів управління фінансами на торгівлю та сферу послуг;
- удосконалення вітчизняних моделей оцінки ефективності фінансової діяльності підприємств залежно від виду їх діяльності: узагальнення системи показників, розробка індивідуальних критеріїв та визначення їх граничних значень, а також ступеня впливу на результати діяльності суб'єктів господарювання;
- покращення організації фінансових служб на підприємствах з урахуванням масштабів діяльності фірми та їх організаційно-правової форми;
- автоматизація за допомогою сучасних комп'ютерних технологій та програмного забезпечення процесів роботи фінансової служби; бухгалтерії, зокрема реалізації управлінського обліку та формування звітності; організації руху інформаційних потоків;
- упровадження фінансового контролінгу як прогресивної концепції управління фінансами, зокрема здійснення бюджетування на підставі гнучких бюджетів, що дозволяє підприємству більш чутливо реагувати на зміни зовнішнього та внутрішнього середовища;
- зміщення акценту з виробничого планування на фінансове;
- активізація процесів упровадження центрів відповідальності на підприємствах за напрямками діяльності.

Значний вплив на ефективність фінансового управління підприємствами здійснюють зовнішні фактори, зокрема державне регулювання. Особливої актуальності цей фактор набуває в Україні через існування тривалої політичної й економічної кризи. З боку держави напрямами покращання умов створення та функціонування систем фінансового менеджменту на підприємствах можуть стати:

- удосконалення законодавчої бази, зокрема в галузі інтелектуальної власності, фінансового та господарського права;
- реалізація державних замовлень у вищих навчальних закладах на фахівців з фінансового менеджменту для сприяння в майбутньому підвищення кваліфікації персоналу підприємств та підвищення рівня освіти в цій галузі;
- посилення контролю з боку державних органів за достовірністю формування на підприємствах фінансової звітності для уникнення створення хибного уявлення про стан галузі та функціонуючих у ній суб'єктів;
- удосконалення вітчизняної системи статистики та обліку.

Реалізація визначених вище заходів потребує об'єднання зусиль держави, вітчизняних

науковців і практиків й менеджменту підприємств та спрямована покращання вітчизняної системи фінансового менеджменту, перехід її від стадії розвитку до стадії становлення.

Перспективи подальших досліджень пов'язані з аналітичною оцінкою ефективності фінансового менеджменту конкретної сукупності підприємств України.

**Список використаних джерел:**

1. Лаптев С. В. Закономерности формирования российской модели финансового менеджмента / С. В. Лаптев, Л. В. Шуклов // Упр. корпоратив. финансами. 2004. № 6. С. 2-8.
2. Матюшенко І. Ю. Основи фінансового менеджменту : навч. посіб. / І. Ю. Матюшенко. – К.: Центр навч. л-ри, 2003. – 220 с.
3. Петленко Ю. В. Організація служби фінансового менеджменту на підприємстві / Ю. В. Петленко // Фінанси України. – 2004. № 5. С. 94-98.
4. Статистичний щорічник України за 2006 – К.: Консультант, 2007. – 551 с.
5. Череп А. В. Фінансовий менеджмент як необхідна передумова ефективного управління підприємством / А. В. Череп // Економіка. Фінанси. Право. 2005. № 3. С. 13-16.

**Пономаренко М.М.**

**АНАЛІЗ ВИКОРИСТАННЯ ТРУДОВИХ РЕСУРСІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ**

Виробництво кожної країни і кожної галузі залежить від ряду факторів. Такими факторами є кадри, труд і оплата праці.

В цілому ефективність виробництва залежить від кваліфікації робітників, їх використання, що впливає на обсяг і темпи збільшення виробленої продукції, використання матеріально-технічних засобів.

Використання трудових ресурсів пов'язано зі зміною показника продуктивності праці. На ріст же продуктивності праці впливає система оплати праці, тому що вона є стимулюючим фактором для росту кваліфікації праці, підвищення технічного рівня виконаної роботи.

Все залежить від людей, їх кваліфікації, вміння і бажання працювати. А заробітна плата є саме тою причиною, що приводить робітника на його робоче місце.

Використовуючи існуючі теоретичні підходи та беручи за основу власні дослідження, можна зробити наступні визначення поняття трудових ресурсів:

- трудові ресурси – промислово-виробничий персонал суб'єкта господарювання, який володіє певною освітою та кваліфікацією, і вагомою складовою якого є робітники;
- трудові ресурси беруть участь у процесі виробництва шляхом взаємодії з основними засобами і матеріальними ресурсами, створюючи при цьому продукт, вартість, додаткову вартість;
- трудові ресурси – це складова виробничих ресурсів, що являє собою промислово-виробничий персонал суб'єкта господарювання, чисельність якого може змінюватись в разі потреб виробництва.

Аналіз впливу трудових факторів на господарську діяльність будь-якого підприємства починається з вивчення забезпеченості підприємства працівниками за кількістю, структурою, кваліфікацією і культурно-освітнім рівнем та характеристики руху робочої сили. Метою такого аналізу є виявлення внутрішніх резервів економії робочої сили у зв'язку з більш раціональним розміщенням працюючих, їхнім завантаженням і використанням відповідно до отриманої професії, спеціальності і кваліфікації.

Аналіз чисельності персоналу проводиться в цілому і за кожною категорією окремо.

Аналізуючи чисельність працівників визначають абсолютну і відносну забезпеченість підприємства робочими кадрами, а також вплив зміни чисельності робітників на виконання виробничої програми. Абсолютна забезпеченість підприємства робочою силою визначається при порівнянні фактичної чисельності робітників з їх чисельністю, передбаченою планом. Відносне відхилення чисельності робітників виявляється зіставленням фактичної їх чисельності з плановою, скоригованою на відсоток приросту продукції за рахунок зміни чисельності робітників

Необхідно пам'ятати, що для високопродуктивної праці підприємство має бути забезпечене робітниками відповідної кваліфікації.



Аналіз використання робітників за кваліфікацією базується на зіставленні складності виконуваних за нарядами робіт із розрядом робітників. При цьому визначають середній плановий і фактичний тарифний коефіцієнт та роблять висновок про те, чи відповідає кваліфікація робітника складності виконуваних робіт.

При аналізі забезпеченості підприємства робочою силою важливим є вивчення руху робочої сили. З цією метою розраховують коефіцієнти обороту по прийому, вибуттю кадрів та коефіцієнт плинності кадрів.

Розраховані показники руху робочої сили доцільно порівнювати із середньогалузевими даними та даними інших аналогічних підприємств.

На другому етапі аналізу вивчається повнота використання трудових ресурсів, яку можна оцінити за кількістю відпрацьованих за звітний період днів і годин одним робітником, а також за інтенсивністю використання робочого часу.

Величина фонду робочого часу залежить від чисельності робітників, кількості відпрацьованих одним робітником днів у середньому за звітний період і середньої тривалості робочого дня.

Причинами втрат робочого часу можуть бути як явні втрати (прогули, невиходи через хворобу та з дозволу адміністрації, простої через несправності обладнання та перебої у постачанні тощо), так і приховані втрати, пов'язані з виробництвом продукції, відсутністю нормальних умов праці.

Зниження втрат робочого часу та нераціонального його витрачання приводить до зростання продуктивності праці без додаткових заходів та витрат, що зрештою приводить до збільшення обсягів виробництва, і як наслідок, – до поліпшення фінансового стану підприємства.

Центральною ланкою оцінки ефективності використання трудових ресурсів є аналіз продуктивності праці, який включає вивчення її рівня, динаміку та загальну оцінку виконання планових завдань.

Продуктивність праці є основним показником інтенсифікації й ефективності виробництва. Від її рівня і динаміки залежить тією чи іншою мірою всі основні показники роботи підприємства: обсяг виробництва продукції, чисельність працівників, фонд заробітної плати, зниження собівартості продукції, розмір прибутку, рівень рентабельності та інше.

Продуктивність праці – це показник ефективності, результативності праці, що характеризується співвідношенням обсягу продукції, робіт чи послуг, з одного боку, та кількістю праці, витраченої на виробництво цього обсягу – з іншого.

Продуктивність праці може розраховуватися на одиницю робочого часу (середньорічний, середньоденний та середньогодинний виробіток одним працюючим), чи на одного працюючого.

Розрізняють три методи вимірювання продуктивності праці: натуральний, трудовий та вартісний. При розрахунку продуктивності праці важливо правильно вибрати систему вимірників враховуючи можливість використання натуральних, трудових та вартісних вимірників при випуску продукції.

Завершальним етапом аналізу використання трудових ресурсів є підрахунок виявлених резервів підвищення ефективності та розробка заходів щодо їх використання. Серед резервів ефективності трудових ресурсів доцільно виділити екстенсивні (ліквідацію понадпланових втрат робочого часу, усунення браку та відхилень від нормальних умов праці) та інтенсивні (забезпечення виконання норм виробітку усіма робітниками-відрядниками та здійснення нереалізованих організаційно-технічних заходів).

Для виявлення внутрішніх резервів можна застосовувати комп'ютерні технології, які забезпечують швидке отримання відповідної інформації. При цьому результатна інформація може подаватися у вигляді даних про невикористані резерви та способи їх мобілізації або у вигляді даних про недоліки в роботі і відповідних винуватців. За допомогою обчислювальної техніки керівники різних рівнів можуть здійснювати власний оперативний аналіз, вести реєстрацію найважливіших процесів, операцій та розрахунків, планувати відповідні заходи щодо покращення трудових показників.



**Список використаних джерел:**

1. Кривенко Т. Аналіз прямих витрат на оплату праці у складі собівартості продукції [Текст] / Т.Кривенко // *Управленческий учет и бюджетирование*. – 2008. – №9. – С.46-51.
2. Кудінова А. Аналіз продуктивності праці [Текст] / А. Кудінова, Д. Верба // *Справочник экономиста*. – 2009. – №6. – С. 79-88.
3. Линенко А.В. Сутність й аналіз трудового потенціалу підприємства за показниками ефективності його використання [Текст] / А.В. Линенко, О.Л. Шевченко // *Держава та регіони*. Серія: Економіка та підприємництво. – 2008. – №4. – С. 111-116.
4. Мельник Т.Г. Ефективність праці: методи вимірювання продуктивності праці та її оплати / Т.Г. Мельник // *Теоретичні та прикладні питання економіки: Збірник наукових праць*. – К.: Видавничо-поліграфічний центр “Київський університет”. – 2005. – Вип.7. – С.291-296.
5. Чернелевський Л.М. Економічний аналіз на підприємствах промисловості і торгівлі: Підручник / Л.М. Чернелевський. – К.: “Пектораль”, 2003. – 312с.

**Поліщук К.С.**

## **ЕФЕКТИВНЕ ВИКОРИСТАННЯ ЕКОНОМІЧНИХ І СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНИХ МЕТОДІВ УПРАВЛІННЯ ЯК НАПРЯМИ ПОКРАЩЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

Підприємство — самостійний суб'єкт господарювання, створений компетентним органом державної влади або органом місцевого самоврядування, або іншими суб'єктами для задоволення суспільних та особистих потреб шляхом систематичного здійснення виробничої, науково-дослідної, торгівельної, іншої господарської діяльності в порядку, передбаченому Господарським кодексом України та іншими законами.

Управління — складний і динамічний процес, керований і здійснюваний людьми для досягнення поставленої мети. Після того як встановлено цілі управління, необхідно знайти найбільш ефективні методи досягнення їх.

Методи управління - це способи впливу на окремих працівників і трудові колективи в цілому, які необхідні для досягнення цілей фірми (підприємства, організації). Особлива роль методів управління полягає у тому, щоб створити умови для чіткої організації процесу управління, використання сучасної техніки і прогресивної технології організації праці і виробництва, забезпечити їх максимальну ефективність при досягненні поставленої мети. Розрізняють економічні, соціально-психологічні та організаційні методи управління діяльністю підприємств.

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

Економічні методи управління посідають центральне місце в системі наукових методів управління трудовою діяльністю людей, оскільки на їх основі встановлюється цільова програма господарського розвитку окремих підприємств і організацій і визначається такий режим роботи і такі стимули, які об'єктивно спонукають і зацікавлюють колективи і окремих працівників в ефективній праці.

Таким чином, впливом на безпосередні інтереси об'єкта управління створюється механізм його орієнтації на найбільш ефективний режим роботи без повсякденного і безпосереднього втручання зверху. До складу економічних методів управління належать організаційно-виробниче планування, метод комплексних цільових програм, комерційний розрахунок, система економічних регуляторів господарської діяльності.

Економічні методи управління - це такі методи, які реалізують матеріальні інтереси участі людини у виробничих процесах через використання товарно-грошових відносин. Ці методи мають два аспекти реалізації.

Перший аспект характеризує процес управління, зорієнтований на використання створеного на загальнодержавному рівні економічного сегмента зовнішнього середовища. Суть цього аспекту:

- формування системи оподаткування суб'єктів господарювання;
- визначення дійової амортизаційної політики, яка сприяла б

(відтворенню) матеріальних активів підприємства;

- належне формування і здійснення митної політики;
- встановлення державою мінімального рівня заробітної плати та пенсій.

Другий аспект економічних методів управління зв'язано з управлінським процесом, орієнтованим на використання різноманітних економічних важелів, таких як фінансування, кредитування, ціноутворення, штрафні санкції тощо.

Реалізація економічних методів управління здійснюється в рамках системи виробничих відносин між людьми, що входять до складу трудового колективу. Ця система взаємовідносин надзвичайно складна і включає в себе економічні, соціальні, психологічні та організаційні відносини. Останні знаходять своє вираження у вертикальних та горизонтальних зв'язках, що виявляються у формі зацікавленості працівників в організації спільної праці.

Серед різноманіття економічних методів управління в рамках внутрішнього економічного механізму підприємства можна виділити, наприклад, методи економічного стимулювання. Економічне стимулювання – це метод управління, що спирається на економічні інтереси працівників. Його основу складає формування доходів підприємства та кожного працівника в залежності від особистого внеску. Економічне стимулювання спирається на наступні основні принципи:

- взаємозв'язок та узгодженість цілей економічного стимулювання з цілями розвитку організації;
- диференціація економічного стимулювання, спрямована на реалізацію необхідних змін у структурі виробництва;
- поєднання економічного стимулювання з іншими методами;
- поєднання економічного стимулювання з економічними санкціями, які передбачають матеріальну відповідальність працівників.

Соціально-психологічні методи управління реалізують мотиви соціальної поведінки людини. Адже рівень сучасного виробництва, зростання загальноосвітнього і професійно-кваліфікаційного рівня працівників зумовлюють суттєві зміни в системі ціннісних орієнтацій та структурі мотивації трудової діяльності людей. Традиційні форми матеріального заохочення поступово втрачають свій пріоритетний стимулюючий вплив.

Під соціальними методами управління розуміють систему засобів і важелів впливу на соціально-психологічний клімат у колективі, на трудову і соціальну активність колективу і його окремих працівників. Методи соціального управління спрямовані на гармонізацію соціальних відносин у колективі задоволенням соціальних потреб працівників — розвитку особистості, соціального захисту та ін.

До методів соціального управління належать соціальне прогнозування, соціальне нормування, соціальне регулювання та соціальне планування.

Соціальне прогнозування використовується для створення інформаційної бази розробки планів соціального розвитку та застосування методів соціального впливу у конкретному трудовому колективі. Параметри соціального прогнозу включають такі показники: вікові і статеві зміни в колективі; зміни загальноосвітнього та кваліфікаційного рівня працівників; зміни в матеріальному забезпеченні та в побутових умовах працівників; динаміку-співвідношення фізичної і розумової праці та ін.

Соціальне нормування як метод управління полягає у наявності таких соціальних норм, які встановлюють порядок поведінки окремих осіб і їхніх груп у колективі. Під нормою звичайно розуміють певний, визнаний обов'язковим, порядок, правило. Відповідно до цього соціальні норми регулюють різні сторони господарського і соціального життя колективу і підпорядковують їх єдиним цілям та завданням, які визначені характером виробничих відносин та призначенням системи.

Усе більшого значення набувають такі чинники, як змістовність і творчий характер праці, можливості для прояву ініціативи, суспільне визнання, моральне заохочення тощо. Тому розуміння закономірностей соціальної психології та індивідуальної психіки працівника є необхідною умовою ефективного управління виробництвом чи будь-яким іншим видом діяльності.

Професійно вмiле застосування економічних, соціально-психологічних та організаційних

методів управління здебільшого забезпечує достатньо ефективне господарювання.

Формування цілеспрямованого впливу на трудові колективи та їх окремих членів безпосередньо пов'язане з мотивацією, тобто використанням факторів, які визначають поведінку людини в колективі в процесі виробництва. Звідси випливає дуже важлива вимога до методів управління: методи управління повинні мати свою мотиваційну характеристику, що визначає напрям їх дії. Ця характеристика показує мотиви, які визначають поведінку людей і на які орієнтована відповідна група методів.

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

Економічні методи управління посідають центральне місце в системі наукових методів управління трудовою діяльністю людей, оскільки на їхній основі встановлюється цільова програма господарського розвитку окремих підприємств і організацій і визначається такий режим роботи і такі стимули, які об'єктивно спонукають і зацікавлюють колективи та окремих працівників в ефективній праці.

Таким чином, впливом на безпосередні інтереси об'єкта управління створюється механізм його орієнтації на найбільш ефективний режим роботи без повсякденного і безпосереднього втручання зверху. До складу економічних методів управління належать організаційно-виробниче планування, метод комплексних цільових програм, комерційний розрахунок, система економічних регуляторів господарської діяльності.

*Ратушняк А.В.*

## **АМОРТИЗАЦІЙНА ПОЛІТИКА ПІДПРИЄМСТВА В РИНКОВИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ**

У сучасних умовах господарювання для підприємств досить гострої є проблема ефективного використання основних коштів. На сьогоднішній день державна амортизаційна політика не відповідає цим вимогам і вкрай недосконала. Проблема полягає в тому, що сучасна амортизаційна політика в країні визначається державою й не передбачає участі в її формуванні всіх ланок економічної системи, які мають відношення до життєвого циклу основних коштів. Держава встановлює методи нарахування амортизації й ставки амортизаційних відрахувань, а на самих підприємствах амортизаційний фонд не є чітко регламентованим. Підприємства вправі самі вирішувати, створювати їм амортизаційний фонд чи ні. Тому значну частину амортизаційних коштів використовують не по своєму економічному призначенню. Кошти амортизації витрачають не на відтворення основного капіталу, а на споживання, тобто відбувається так зване проїдання основного капіталу. У практиці підприємств спостерігається використання основних коштів за межами нормативного терміну служби, разом з тим окреме обладнання передчасно списується. Втрачено контроль над строками корисного використання основних коштів, що призвело до втрати їхньої справедливої вартості й різкого зменшення амортизаційного фонду.

Проблеми фінансування, відтворення промислово-виробничих фондів, ефективність амортизаційної політики широко дискутуються в науковій літературі. Їм присвячені публікації таких науковців: А. Безуглого, О. Болхотвинової, Л. Лях, О. Короткевич, С. Орлової, В. Пархоменка, А. Савченка, Е. Хмелевського, які досліджують різноманітні аспекти цих питань. Однак залишаються проблеми, які пов'язані з недосконалістю амортизаційної політики, що негативно впливає на інвестиційний процес.

Метою статті є аналіз амортизаційної політики України на підприємствах, особливості впливу її на інвестиційний процес, визначення основних напрямків удосконалення амортизаційної політики.

Амортизаційна політика є діючим інструментом активізації інвестиційних процесів в умовах ринкової трансформації економіки. Вона повинна забезпечити надійне внутрішнє джерело фінансування капітальних вкладень. Саме за рахунок амортизації в розвинених країнах формується до 70-80% інвестицій.

Однак сучасна амортизаційна політика не створює мотивації до швидкого відновлення основних фондів і утворення необхідних для відтворення основних коштів

На сучасному етапі результати впровадження діючого нині амортизаційного механізму є дуже скромними. Заміна методологічного підходу до нарахування амортизації, що діяв до проведення реформ амортизаційної політики, не привела до росту амортизації як власного джерела інвестицій підприємств і посиленню мотивації до впровадження сучасних технологій.

Недоліками амортизаційної політики є наступне:

1. підприємствам, при наявності серед них великої кількості збиткових, нав'язали лише прискорену амортизацію, хоча вона дає перевагу лише рентабельним підприємствам.
2. скорочення числа застосовуваних норм амортизації при нарахуванні амортизації від реального терміну служби основних фондів, що порушило економічно обґрунтовані строки їхнього відтворення.
3. для більшості видів основних фондів норми амортизації значно завищені;
4. нараховується амортизація від залишкової, а не відновної вартості основних фондів. Це приводить до подовження їхнього амортизаційного періоду й строків окупності капітальних вкладень;
5. двадцять відсотків видів активної частини основних фондів переведені на більше низький норматив амортизації;
6. не був уведений механізм об'єктивної й своєчасної переоцінки основних фондів.

Після проведення реформи амортизаційної політики між податковим і бухгалтерським обліками виникли важливі розбіжності в методах нарахування амортизації. На практиці розмежування на податкову й економічну амортизацію при застосуванні різних методів нарахування амортизації приводить до перекручування відтворювального процесу в економіці. Як правило, економічна амортизація є більшою за податкову. Тому підприємства значну частину економічної амортизації направляють на сплату податку на прибуток. Тобто сучасна амортизаційна політика призвела до того, що підприємства зобов'язані включити в базу оподаткування податком на прибуток різницю між економічною й податковою амортизацією.

Отже, можна зробити висновок, що амортизаційна політика в Україні як складова частина інвестиційної політики не сприяє, а навпаки, протидіє нагромадженню реноваційних ресурсів, сприяє різкому скороченню їхньої частини в загальному обсязі фінансування.

Амортизаційна політика повинна бути спрямована на підвищення фінансової зацікавленості суб'єктів господарювання в здійсненні інвестицій в основний капітал за рахунок коштів власних амортизаційних фондів. Для цього необхідно провести такі заходи:

1. створення економічної й правової бази для впровадження раціональних рівнів споживання, відшкодування й відновлення основного капіталу;
2. обмеження державного регулювання в сфері амортизаційної політики й стимулювання інвестиційної ініціативи суб'єктів господарювання;
3. відмова від суцільного примусового нарахування амортизаційних відрахувань за єдиним методом і впровадження декількох методів нарахування амортизації, надання суб'єктам господарювання права вибору конкретного методу й норм нарахування амортизаційних відрахувань, а також права самостійно встановлювати конкретні терміни служби основного капіталу в певних законом межах, що дозволить у короткий термін відшкодувати раніше здійснені інвестиції, розширить фінансові можливості підприємств і підсилить їхню інвестиційну активність;
4. розмежування практики нарахування амортизаційних відрахувань відповідно до її економічної й податкової ролі;
5. стимулювання суб'єктів господарювання до застосування прискореної амортизації і її інвестиційного напрямку шляхом надання податкових знижок.
6. закріпити за суб'єктами господарювання право на використання коштів власного амортизаційного фонду й заборонити будь-які централізовані вилучення з нього;
7. надавати податкові знижки тільки тим суб'єктам господарювання, які мають документальне підтвердження інвестиційного використання коштів амортизаційного фонду.

Амортизаційна політика повинна контролювати використання амортизаційних відрахувань по своєму призначенню, тобто вона не повинна бути гальмом технічного прогресу й економічного розвитку.

У результаті проведення цих заходів можна чекати поліпшення фінансових результатів

господарювання суб'єктів господарської діяльності, створення умов для формування додаткових інвестиційних ресурсів суб'єктами господарювання.

*Сикилинда Т.*

### **КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ**

Загострення проявів фінансової кризи, інтернаціоналізація господарської діяльності та поширення інтеграційних процесів у сільськогосподарському виробництві сприяють посиленню конкурентної боротьби. На сучасному етапу розвитку аграрного сектору України властиве певне зниження обсягів виробництва, зростання цін на сировину і матеріали тощо.

Конкурентоспроможність у найширшому розумінні визначає можливість продажу товару на конкретному ринку в конкретний проміжок часу [3, с. 85]. Конкурентоспроможною можна вважати однорідну продукцію з технічними параметрами і техніко-економічними показниками.

Конкурентоспроможність продукції відображає сукупність властивостей, що показує міру задоволення конкурентної потреби стосовно аналогічної продукції, яка репрезентована на ринку.

Конкурентоспроможність продукції – це багатогранне поняття, яке розкриває сутність відповідності продукції умовам ринку, потребам та вимогам споживача за різними характеристиками. Вона визначається певним набором параметрів і залежно від їх змінення змінюється й інтегральний показник конкурентоспроможності продукції. Відсутність стандартизованої методики розрахунку конкурентоспроможності продукції призводить до різного трактування цього процесу і затрудняє розробку конкурентоорієнтованої стратегії сучасних підприємств. Від того, які параметри полягають в основу оцінки конкурентоспроможності продукції, залежить те, яким буде кінцевий показник конкурентоспроможності. Тому встановлення чітких параметрів, які б освітлювали усі властивості продукції, є актуальним.

Вивчення конкурентоспроможності продукції і товарів інтегрується в конкурентоспроможність підприємства-виробника тобто його здатність зберігати і розширювати ринки збуту за рахунок цілеспрямованої діяльності як по відношенню до якісних характеристик продукції, так і по відношенню до виробників-конкурентів.

Забезпечення конкурентоспроможності продукції потребує її кількісного оцінювання, щоб підтримувати конкурентоспроможність продукції на певному її рівні, тобто має існувати об'єктивна основа для визначення реального рівня конкурентоспроможності продукції.

Для того щоб об'єктивно оцінити рівень конкурентоспроможності свого виробу, постачальник при аналізі повинен використовувати ті самі критерії, якими оперує споживач, вибираючи товар. Тільки в такому випадку можна очікувати, що оцінка, дана виробом постачальником, співпаде з думкою покупця.

Для визначення конкурентоспроможності продукції необхідно знати: конкретні вимоги потенційних покупців (споживачів) до пропонованого на ринку товару; можливі розміри та динаміку попиту на продукцію; розрахунковий рівень ринкової ціни товару; очікуваний рівень конкуренції на ринку відповідних товарів; визначальні параметри продукції основних конкурентів; найбільш перспективні ринки для відповідного товару та етапи закріплення на них; термін окупності сукупних витрат, зв'язаних із проектуванням, продукуванням і просуванням на ринок нового товару.

Конкурентоспроможність будь-якого товару формується більш високим порівняно до товарів-конкурентів співвідношенням сукупності якісних і вартісних характеристик при їхній відповідності вимогам ринку, що забезпечує максимальне задоволення потреб і створює перевагу товару на конкурентному ринку.

Серед множини факторів, що впливають на конкурентоспроможність товару на ринку, пріоритетними, як правило, є [4, с. 187]: його корисність для потенційного споживача. При рівній корисності споживач віддає перевагу більш дешевому товару, проте може придбати і більш дорогий за вартістю товар, якщо він виявиться для нього більш корисним; інноваційність товару, тобто введення важливої для споживача новизни, що відрізняє продукцію від іншої аналогічної продукції, присутньої на ринку.



Конкурентоспроможність сільськогосподарської продукції – це сукупність їх споживних властивостей, яка характеризує їх відмінність від аналогічної продукції іншого товаровиробника за ступенем відповідності у задоволенні потреб споживачів до розміру, забарвлення, смакових та інших параметрів якості та вартості. Вона формується в процесі виробництва, зберігання, транспортування та товарної доробки продукції, а визначається на ринку в процесі її купівлі-продажу за допомогою цін [5, с.84]. Конкурентоспроможність сільськогосподарської продукції залежить від системи: природних; організаційно-економічних; технологічних; маркетингових чинників.

Найважливішою особливістю сільськогосподарського виробництва є те, що частина продукції використовується в подальшому процесі відтворення як сировина, більшою мірою, це твердження відноситься до рослинницької продукції, оскільки всі кормові культури, значна частина зернових служать сировиною для тваринницької продукції. У той же час, значна частина продукції рослинництва продається без попередньої переробки, тобто є товаром для кінцевого споживача. Одночасно ця ж продукція може служити сировиною для переробної промисловості і надходить до кінцевого споживача в зміненому вигляді. Таким чином, після стадії виробництва рослинницька продукція проходить шлях від виробника до споживача по різних каналах. Це створює необхідність диференційованого підходу до оцінки конкурентоспроможності продукції рослинництва [2, с. 205].

Зернова галузь є базою та джерелом сталого розвитку більшості галузей агропромислового комплексу та основою аграрного експорту. Вона є стратегічною галуззю економіки держави, її функціонування визначає обсяги, пропозиції та вартість основних видів продовольства для населення країни, зокрема продуктів переробки зерна і продукції тваринництва. А також формує істотну частку доходів сільськогосподарських виробників, визначає стан і тенденції розвитку сільських територій, формує валютні доходи держави за рахунок експорту. Таке становище збережеться, оскільки на світових продовольчих ринках спостерігається дефіцит зернової продукції.

На нашу думку для ефективного та конкурентоспроможного ведення зернового виробництва необхідним є: застосування різноманітних методів і важелів управління процесами реорганізації; здійснення реструктуризації і сегментизації виробництва; інвестування фінансових, матеріально-технічних ресурсів у різноманітні виробництва; кооперування й інтегрування фінансових та матеріально-технічних зусиль як по горизонталі, так і по вертикалі.

Конкурентні переваги сільськогосподарської продукції можна охарактеризувати рівнем переваги низки параметрів: економічних: виробничі витрати, маркетингові витрати, ціна продукції; консументних: властивості продукції, якість послуг зі зберігання продукції, якість фумігаційних послуг; нормативних: міжнародні стандарти, державні стандарти, вимоги споживачів; екологічних: екологічна чистота і безпека продукції; маркетингових: умови платежу та постачання, розвиненість систем міжнародного маркетингу та логістики тощо [1, с. 145].

Конкурентоспроможність будь-якого товару може бути визначена тільки в результаті його порівняння з іншим виробом і тому є відносним показником. У зв'язку з цим під конкурентоспроможністю продукції слід розуміти характеристику товару, що відображає його відмінність від товару-конкурента як за ступенем відповідності конкретної суспільної потреби, так і за витратами на її задоволення.

#### **Список використаних джерел:**

1. Балабанова Л.В. Стратегічне маркетингове управління конкурентоспроможністю підприємств / Балабанова Л.В., Холод В.В. – К. : “ВД Професіонал”, 2006. – 448 с.
2. Грозный И. С. Конкурентные преимущества промышленного предприятия: стратегия достижения в инновационном аспекте : [монография] / И. С. Грозный. – Донецк: Східний видавничий дім, 2008. – 328 с.
3. Кардаш В.Я. Маркетингова товарна політика: Підручник. – К.: КНЕУ, 2001. – 240 с.
4. Минько Э. В. Качество и конкурентоспособность / Э. В. Минько, М. Л. Кричевский. – СПб. : Питер, 2004. – 268 с.
5. Россоха В. В. Диагностика конкурентоспроможності продукції / В. В. Россоха, М. П.

*Скок Д. М.*

### ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ЦІНОУТВОРЕННЯ ПІДПРИЄМСТВ

Обґрунтована та кваліфіковано реалізована політика ціноутворення не тільки значно поліпшують загальний менеджмент на підприємстві і системну якість прийнятих управлінських рішень, але також скорочують сферу сполученої з такими рішеннями комерційної і соціальної погрози.

Незважаючи на зростаючу роль у сучасному маркетинговому процесі нецінових факторів, ціна залишається основним елементом маркетингу. Ціна - його єдиний елемент, що приносить дохід. Інші три складові носять свій внесок в збільшення витрат. Цим і обумовлена актуальність обраної теми.

У сучасних умовах ціна є таким параметром, від якого багато в чому залежить благополуччя підприємства, розміри його доходів і витрат. Вона головним чином задається ринковою ситуацією, і саме тому підприємство зобов'язане здійснювати продуману політику ціноутворення з урахуванням кон'юнктури конкретних товарних ринків сьогодні, завтра й у більш віддаленій перспективі.

Підприємства, яким вдасться в рамках своїх маркетингових служб успішно здійснити багатофакторний причинно-наслідковий моніторинг ситуації на ринку, де ціна одночасно буде служити і причинною, і результативною ознакою, виявляться в переважному положенні в порівнянні зі своїми конкурентами, оскільки вони зможуть користатися дійсним ринковим інструментом - активними цінами і ціноутворенням. Особливе значення цього інструмента полягає в подвійності його функцій.

Успішне завоювання ринку в умовах товарного насичення може бути забезпечене на основі інтеграції й одночасного використання пасивного й активного підходів до ціноутворення. При розробці і підготовці до виробництва нових або поліпшених виробів виробник, прогножуючи верхню межу ціни, змушений орієнтуватися на ціну виробів-конкурентів і, виходячи з її можливого рівня, визначати максимально прийнятну величину витрат на виробництво, тобто нижню межу ціни.

Таким чином, ціна нового або удосконаленого виробу повинна, з одного боку, сприяти постійному і стійкому попиту на нього, а з іншого боку - забезпечити не тільки просте відтворення, але й одержання прибутку. Отже, ціна повинна знаходитися в верхньому інтервалі і між верхньою і нижньою межами. Визначення верхньої і нижньої меж дозволяє установити "ціновий коридор" і дати прогнозу оцінку ступеня володіння ринком у залежності від установленої ціни у середині "коридору". Узв'язку з цим найважливішою і дуже складною задачею при прогнозуванні і проектуванні нових виробів є правильне визначення "цінового коридору", в основному застосовуються витратні методи ціноутворення, а саме цільовий і метод "витрати плюс".

На думку фахівців, найбільше поширення в процесі розрахунку ціни промисловими компаніями одержали середньозатратний та маржиналістський методи ціноутворення.

При калькуляції ціни за допомогою середньозатратного методу до розрахунку приймаються всі постійні та перемінні фактичні або нормативні витрати (у рідких випадках витрати минулого фінансового року або прогнозовані витрати) на виробництво товару.

Розглянемо особливості маржиналістського методу. Відомо, що зі зміною обсягів виробництва фірми в короткостроковому періоді постійні її витрати не еластичні, отже, граничні витрати визначаються в основному перемінними витратами. В основному - тому, що необхідні і постійні витрати (амортизаційні, експлуатаційні витрати), але тільки ті, які безпосередньо зв'язані з випуском продукції. На практиці це досягається шляхом розрахунку перемінної частини постійних витрат (з обліком того, що інша частина буде відшкодована в довгостроковому періоді, що збігається з життєвим циклом продукту), які включаються в калькуляцію ціни. Таким чином, маржиналістські витрати є відношення приросту сукупних витрат до приросту обсягу виробництва.

Крім перерахованих вище методів ціноутворення для аналізу цінової політики підприємства був проведений аналіз беззбитковості. Цей аналіз має своєю метою визначення

яким повинний бути обсяг продажів для того, щоб підприємство могло без сторонньої допомоги покрити усі свої витрати, не одержуючи прибутку.

Отже, ціни та механізми ціноутворення завжди були важливими елементами будь-якої господарської системи. В умовах ринкової економіки ціни мають особливе значення, оскільки вони визначають що, як і для кого виробляти підприємству. Від цін залежить рентабельність, життєздатність та фінансова стабільність підприємства. А оскільки ціна певного виробу формується з деяких елементів, то є необхідним вивчати їх вплив на процес ціноутворення.

Тому важливим є дослідження та розроблення дієвих маркетингових підходів у сфері ціноутворення, досвіду розвинених країн світу та застосування цього досвіду в діяльності українських підприємств, що становитиме проблемне поле подальших досліджень.

#### **Список використаних джерел:**

1. Пунін Е.И. Маркетинг, менеджмент ціноутворення на підприємстві - М.: МО. 1993. - 123с.
2. Уткін Э.А. Ціни. Ціноутворення. Цінова політика. - М.: Прогрес. 1997. - 125с.
3. Цацулін А.Н. Ціноутворення в системі маркетингу. - М.: МІО "Філінь". 1997. - 296с.
4. Ціни і ціноутворення. Підручник для вузів /Під ред. В.Є. Єсипова:. 3-і изд. - Спб: Інтер. 1999. - 464с.
5. Ціни і ціноутворення. Короткий курс / Навчальний посібник - Спб: Пітер. 1999. - 112с.
6. Чубаков Г.Н. Стратегічне ціноутворення в маркетинговій політиці підприємства: Методичний посібник. - М.: ІНФРА-М. 1996. 224с.

**Смирнов С.О.**

## **СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПРОБЛЕМИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ**

На сучасному етапі розвитку світової економіки спостерігається зростання темпів інноваційних змін, переглядаються стандарти та пріоритети, які здавались непохитними ще 30 і навіть 20 років тому. Те, що вважалось визначальним у розвитку економіки будь-якої країни, як-от: високорозвинена важка промисловість, власні енергоресурси, інвестиції — сьогодні не здатні повною мірою забезпечити економічне зростання держави. Головною проблемою на сьогодні є повна відсутність державної підтримки в сфері науки [3, 264-267 с.].

Під інноваційною політикою слід розуміти комплекс принципів та взаємопідтримуючих економічних, правових, організаційних і соціальних методів планування, стимулювання, регулювання та контролю процесів інноваційної діяльності в науково-технічній та виробничій сферах. Основним завдання державних органів є визначення мети інноваційної політики, основних принципів її здійснення, а також механізму реалізації відповідних заходів.

Метою інноваційної політики провідних країн світу є сприяння розвитку науки й техніки, підвищення інноваційної активності, що забезпечує конкурентоспроможність національної продукції на світовому ринку, обороноздатність країни, покращує екологічну ситуацію, а також сприяє розвитку венчурного довгострокового бізнесу. Виходячи з цієї мети, держава визначає пріоритетні напрями розвитку інноваційної діяльності та обирає основні шляхи підтримки підприємств, які працюють над виконанням державних інноваційних програм. [4, 576 с].

Інноваційна діяльність є складним процесом трансформації новоотриманих ідей та знань в об'єкт економічних відносин.

Інноваційна діяльність – процес, спрямований на реалізацію результатів закінчених наукових досліджень і розробок або інших науково-технічних досліджень і розробок або інших науково-технічних досягнень у новий або вдосконалений продукт, що реалізується на ринку, у новий або вдосконалений технологічний процес, що використовується у практичній діяльності, а також у пов'язані з цим додаткові наукові дослідження і розробки.

Створення сприятливих умов для розвитку та модернізації національного господарського комплексу є однією з ключових задач, що постає перед суб'єктом економічної діяльності за будь-яких умов існування.

Значну увагу інноваційній стратегії у промисловості приділено у працях українських вчених О.І. Амоши, Л.І. Федулова, І.В. Космидайло. Аналізуючи дослідження вище зазначених вчених можна зробити висновок, що інновації та інноваційна діяльність є основним джерелом підвищення конкурентоспроможності підприємства і держави зокрема.

На сучасному етапі основою загострення становища в інноваційній сфері є зростаюча невідповідність між теперішнім становищем та потребами інноваційного розвитку. Слід наголосити, що «готовність» національної економіки та суспільства до інноваційного розвитку складається з комплексу чинників, які лежать в науково-технічній, виробничій, фінансовій, кадровій, природно-ресурсній, соціальній, політико-регуляторній сферах. Реформування науково-технічного комплексу побудовано за принципами частих змін цілей та завдань, без урахування загальновідомих факторів функціонування та розвитку науково-технічного потенціалу: активної та передбачуваної державної підтримки, формування попиту на наукові досягнення з боку реального сектора економіки.

Самостійно підтримувати необхідні темпи розвитку технологій більшість українських підприємств не в змозі. Причинами такого стану є насамперед, загальносистемні чинники: а) низька привабливість української промисловості для інвестування через існування несприятливого економічного середовища для вітчизняного та зарубіжного інвестора, що проявляється в збитковості та неефективності державного регулювання; б) нерозвиненості ринкової інфраструктури; в) відсутності дієвої системи правового регулювання; г) оптимального рівня податкового навантаження; г) відсутність реальних механізмів об'єднання наявних ресурсів; е) інноваційна політика немає чіткої спрямованості у вирішенні конкретних економічних проблем регіонів, у їхній реструктуризації з врахуванням ринкових чинників.

Таким чином існує потреба у подальшій оптимізації шляхів стимулювання інноваційного розвитку України, які спиратимуться як на існуючий досвід України, так і зарубіжний досвід.

Важливим є створення фінансової бази для інноваційного прориву вітчизняної економіки, а для цього державі необхідно; акумулювати кошти як через бюджет, так і через позабюджетні фонди; формування платоспроможного попиту в державі на наукомістку продукцію та сприяння формуванню інфраструктури; складання державних цільових програм, що повинні підтримувати розширення інноваційної діяльності та покращення умов її здійснення; формування між окремими інститутними одиницями системи «вузи – наукові дослідження - виробництво»; кадрове забезпечення; інноваційна культура суспільства; узгодження інноваційної політики з іншими напрямками державної політики.

Однак не менш важливим є діяльність самого підприємства та його готовність і прагнення до поліпшення шляхом змін та запровадження інновацій.

Тенденції розвитку промисловості та фінансування науки свідчать про відсутність партнерства держави та бізнесу в інноваційному процесі, що обумовлює низьку ефективність інноваційної системи України. Для активізації інноваційної діяльності необхідно розвивати інфраструктуру ринку інноваційних товарів та послуг, надавати пільги інноваційно-активним підприємствам, здійснювати механізм фінансування наукових та науково-технічних робіт тощо.

Отже, досягнення інноваційного розвитку України передбачається можливим у випадку реалізації як вже впроваджених стимулюючих заходів, так і нових елементів, однак, лише за умови розробки продуманих механізмів їх реалізації.

Для України поки що характерні відсутність радикальних (базових) інновацій, незначна кількість інноваційної продукції принципової новизни, низька інноваційна активність підприємств. Наприклад, нові технічні рішення на рівні винаходу були використані у процесі створення лише 9% загальної кількості зразків нової техніки.

Внаслідок дії зазначених та інших причин, які гальмують інноваційний розвиток країни у програмі діяльності уряду на 2002—2010 рр. зроблені нові практичні кроки у напрямі подальшої підтримки державою розвитку інноваційної сфери: широке введення в господарський обіг об'єктів інтелектуальної власності, підвищення науково-технічного потенціалу, сталого зростання економіки та утвердження України як високотехнологічної держави [5, 85-87 с.].

#### **Список використаних джерел:**

1. Положення «Концепції науково-технологічного та інноваційного розвитку України»

(схваленою постановою Верховної Ради України від 13 липня 1999 р. № 916-XIV). – 12 с.

2. Закон «Про основи державної політики у сфері науки і науково-технічної діяльності», 1991 р. – 4с.

3. Андрощук Г. Державна інноваційна політика // Інтелектуальна власність.-2004. – 264 – 267 с.

4. Кокурін Д.І. „Інноваційна діяльність” - М. : Экзамен, 2001. - 576 с.

5. Гречан А.П., Волков О.І., Денисенко М.П., та ін. “Економіка й організація інноваційної діяльності”: - К.: ВД "Професіонал", 2004. – 85 – 87 с.

6. Пічкур О. “Особливості інноваційної діяльності на сучасному етапі” // Інтелектуальна власність. - 2005. - № 1. – 126 с.

7. Государственный комитет статистики Украины [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua)

**Шевченко К.**

### **СУТНІСТЬ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ТА ЇХ ВІДТВОРЕННЯ**

Підвищення ефективності використання основних засобів підприємств є одним з основних питань у період переходу до ринкових відносин. Від вирішення цієї проблеми залежить фінансовий стан підприємства, конкурентоспроможність його продукції на ринку.

*Основні засоби* - це матеріальні цінності, що використовуються у виробничій діяльності підприємства понад один календарний рік з початку введення їх в експлуатацію, а також предмети вартістю за одиницю понад 500 гривень (за ціною придбання). Основні засоби підприємства включають основні виробничі засоби й невикористані основні засоби.

Не належать до основних засобів:

- 1) предмети терміном служби менше одного року незалежно від їх вартості;
- 2) предмети вартістю до 500 гривень за одиницю (за ціною придбання) незалежно від терміну служби. При цьому гранична вартість предметів, що не належать до основних засобів, може змінюватися Міністерством фінансів України;
- 3) спеціальні інструменти і спеціальні пристосування підприємств серійного і масового виробництва певних виробів або для виготовлення індивідуального замовлення незалежно від їхньої вартості;
- 4) спеціальний одяг, спеціальне взуття, а також постільні речі незалежно від їхньої вартості і терміну служби;
- 5) формений одяг, призначений для видачі працівникам підприємства, незалежно від вартості й терміну служби.

Виробничі основні засоби є частиною основних засобів, яка бере участь у процесі виробництва тривалий час, зберігаючи при цьому натуральну форму. Вартість основних виробничих засобів переноситься на вироблений продукт поступово, частинами, у міру використання. Поновлюються основні виробничі засоби через капітальні інвестиції.

*Невиробничі основні засоби* - це житлові будинки та інші об'єкти соціально-культурного й побутового обслуговування, які не використовуються у господарській діяльності і перебувають на балансі підприємства.

На відміну від виробничих основних засобів невикористані основні засоби не беруть участі в процесі виробництва і не переносять своєї вартості на вироблений продукт. Відтворюються вони тільки за рахунок прибутку, який залишається в розпорядженні підприємства. Незважаючи на те, що невикористані основні засоби безпосередньо не впливають на обсяг виробництва, збільшення цих засобів пов'язане з поліпшенням добробуту працівників підприємства. Це в кінцевому рахунку позитивно позначається на результатах діяльності підприємства, на зростанні продуктивності праці. Основні виробничі засоби з урахуванням специфіки їх виробничого призначення поділяються на такі групи:

А. Будівлі і споруди.

Б. Передавальні пристрої.

В. Машини та устаткування, у тім числі:

- робочі машини та устаткування;
- вимірювальні та регулюючі прилади;



- лабораторне устаткування;
- обчислювальна техніка;
- транспортні засоби.

Г. Виробничий і господарський інвентар.

Д. Інші основні засоби.

Співвідношення окремих груп основних виробничих засобів становить їх структуру. Поліпшення структури основних виробничих засобів, передовсім підвищення питомої ваги активної їх частини, сприяє зростанню виробництва, зниженню собівартості продукції, збільшенню грошових нагромаджень підприємства. Для обчислення амортизаційних відрахувань основні засоби поділяють на такі групи:

Група 1 - будівлі, споруди, їхні структурні компоненти, передавальні пристрої:

Група 2 - автомобільний транспорт та вузли (запасні частини) до нього; меблі; побутові електронні, оптичні, електромеханічні прилади та інструменти, включаючи електронно-обчислювальні машини, інші машини для автоматичної обробки інформації; інформаційні системи; телефони, мікрофони та рації; різне конторське обладнання, устаткування та приладдя;

Група 3 - інші основні засоби, не включені до груп 1 і 2, а саме: робочі машини й устаткування, вимірювальні й регулюючі прилади.

Підприємству не байдуже, в яку групу основних виробничих засобів укласти кошти. Воно зацікавлене в оптимальному підвищенні питомої ваги машин, устаткування, тобто активної частини основних засобів, які обслуговують процес виробництва і характеризують виробничі можливості підприємства.

Ясна річ, що для забезпечення нормального функціонування активних елементів основних виробничих засобів необхідні будівлі, споруди, інвентар, тобто пасивна частина основних засобів.

Структура основних виробничих засобів є різною в різних галузях промисловості, народного господарства. Наприклад, у промисловості України частка будівель у загальній вартості основних виробничих засобів найвища в легкій та харчовій промисловості (близько 44%); споруд - у паливній промисловості (17%); передавальних пристроїв - в електроенергетиці (32%); устаткування та робочих машин - на підприємствах машинобудівного комплексу (45%).

Основними факторами, які впливають на структуру основних виробничих засобів підприємств, є: рівень автоматизації і механізації, рівень спеціалізації і кооперування, кліматичні та географічні умови розміщення підприємств. Кожний фактор по-різному впливає на структуру виробничих засобів. Поліпшити структуру основних виробничих засобів можна за рахунок: оновлення та модернізації устаткування, ефективнішого використання виробничих приміщень установленням додаткового устаткування на вільній площі; ліквідації зайвого й малоефективного устаткування.

*Відтворення основних виробничих засобів* - це процес безперервного їх поновлення. Розрізняють просте та розширене відтворення.

Просте відтворення основних засобів здійснюється в тому самому обсязі, коли відбувається заміна окремих зношених частин основних засобів або заміна старого устаткування на аналогічне, тобто тоді, коли постійно відновлюється попередня виробнича потужність.

Розширене відтворення передбачає кількісне та якісне збільшення діючих основних засобів або придбання нових основних засобів, які забезпечують вищий рівень продуктивності устаткування.

Процес відтворення основних виробничих засобів має низку характерних ознак, зокрема:

- 1) основні виробничі засоби поступово переносять свою вартість на вироблену продукцію;
- 2) у процесі відтворення основних виробничих засобів одночасно відбувається рух їхньої споживної вартості та вартості;
- 3) нарахуванням амортизаційних відрахувань здійснюється нагромадження в грошовій формі частково перенесеної вартості основних виробничих засобів на готову продукцію;
- 4) основні виробничі засоби поновлюються в натуральній формі протягом тривалого

часу, що створює можливість маневрувати коштами амортизаційного фонду.

У процесі господарської діяльності кругообірот основних виробничих засобів проходить три стадії.

На першій стадії відбувається продуктивне використання основних виробничих засобів та нарахування амортизаційних відрахувань. На цій стадії основні виробничі засоби в процесі експлуатації зношуються й нараховується сума зносу. Вона є підставою для списання суми амортизаційних відрахувань на витрати після завершення процесу виробництва. На першій стадії кругообіроту основних виробничих засобів втрачається споживна вартість засобів праці, їхня вартість переноситься на вартість готової продукції.

На другій стадії відбувається перетворення частини основних виробничих засобів, які перебували в продуктивній формі, на грошові кошти через нарахування амортизаційних відрахувань.

На третій стадії в процесі виробництва відбувається поновлення споживної вартості частини основних виробничих засобів. Це поновлення здійснюється заміною зношених основних виробничих засобів на нові за рахунок нарахованого зносу основних засобів. Просте відтворення основних виробничих засобів здійснюється у двох формах: 1) заміна зношених або застарілих основних виробничих засобів; 2) капітальний ремонт діючих основних засобів.

За простого відтворення у кожному наступному циклі відбувається створення основних виробничих засобів у попередніх обсягах та з однаковою якістю. Джерелом фінансування заміни зношених основних засобів є нарахована сума амортизації. За розширеного відтворення кожного наступного циклу здійснюється кількісне і якісне зростання основних виробничих засобів. Джерелом фінансування таких змін є використання частини створеного додаткового продукту.

Необхідність оновлення основних виробничих засобів за ринкових відносин визначається передовсім конкуренцією товаровиробників. Саме конкуренція спонукує підприємства здійснювати прискорене списання основних виробничих засобів з метою нагромадження фінансових ресурсів для наступного вкладання коштів у придбання більш прогресивного устаткування, впровадження нових технологій та іншого поліпшення основних виробничих засобів.

#### **Список використаних джерел:**

1. Аранчій В.І. Фінанси підприємств. Навчальний посібник. - К.: „Професіонал” - 2004. - 304с.
2. Бандурка О.М., Коробов М.Я. та ін. Фінансова діяльність підприємства: Підручник. - К.: Либідь, 2002. -384с.
3. Білик М.Д. Управління фінансами державних підприємств. - К.: „Знання”, 1999. -312с.
4. Документи підприємства (Статут підприємства, фінансова документація)
5. Зятковський І.В. Фінанси підприємств. Навчальний посібник. -К.:Кондор, 2003. -364 с.
6. Партин Г.О., Завгородній А.Г. Фінанси підприємств: Навч. посібник.- Львів: ЛБІ НБУ, 2003.-265с.
7. Слав'юк Р.А. Фінанси підприємств.- К: ЦУЛ.2002. - 460 с.



## ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ

- Білорусов С.Г. Директор Херсонського обласного центру перепідготовки та підвищення кваліфікації працівників органів державної влади, органів місцевого самоврядування, державних підприємств, установ і організацій, к.т.н., доцент, заслужений працівник освіти України
- Богоявленська Ю.В. к.е.н., доцент, Житомирський державний технологічний університет
- Демченко О.Г. к.е.н., доцент, завідувач кафедри економічної теорії, Херсонський державний університет
- Єщук О.М. к.ю.н., доцент кафедри адміністративного і господарського права, Херсонський державний університет
- Кацова Л.І. Доцент кафедри економічної теорії, Херсонський державний університет
- Логвиновський Є.І. аспірант кафедри економічної теорії, Херсонський державний університет
- Мельникова К.В. викладач кафедри економіки підприємства, Херсонський державний університет
- Михайлова В.А. к.е.н., доцент кафедри економічної теорії, Херсонський державний університет
- Міронова Ю.В. асистент, Вінницький національний технічний університет
- Севрюкова С.М. аспірант ДВНЗ, Херсонський державний аграрний університет
- Синякова К.М. старший викладач кафедри менеджменту і адміністрування, заступник декана з організаційно-виховної роботи та працевлаштування факультету економіки і менеджменту, Херсонський державний університет
- Стратонов В.М. д.ю.н., професор, декан юридичного факультету, Херсонський державний університет
- Федорчук О.М. к.е.н., доцент Херсонський державний аграрний університет
- Шапошникова І.В. к.ф.н., доцент декан факультету психології, історії та соціології, Херсонський державний університет
- Шеремет Ю.Л. викладач кафедри менеджменту та адміністрування, Херсонський державний університет
- Безух О. студент факультету економіки і менеджменту, Херсонський державний університет
- Вороневська А. студент факультету економіки і менеджменту, Херсонський державний університет
- Дробязго О. студент факультету економіки і менеджменту, Херсонський державний університет
- Дмитренко О. студент факультету економіки і менеджменту, Херсонський державний університет
- Кіріченко Л. студент факультету економіки і менеджменту, Херсонський державний університет
- Круцьких Г. студент факультету економіки і менеджменту, Херсонський державний університет
- Михайленко О. студент факультету економіки і менеджменту, Херсонський державний університет





Ніколаєва Ю.	студент факультету економіки і менеджменту, Херсонський державний університет
Невеличук С.	студент факультету економіки і менеджменту, Херсонський державний університет
Паршин С.	студент факультету економіки і менеджменту, Херсонський державний університет
Пігалова М.	студент факультету економіки і менеджменту, Херсонський державний університет
Поляков В.	студент факультету економіки і менеджменту, Херсонський державний університет
Притика М.	студент факультету економіки і менеджменту, Херсонський державний університет
Пуляєва І.	студент факультету економіки і менеджменту, Херсонський державний університет
Рожук Я.	студент факультету економіки і менеджменту, Херсонський державний університет
Сергєєв Я.	студент факультету економіки і менеджменту, Херсонський державний університет
Строкова А.	студент факультету економіки і менеджменту, Херсонський державний університет
Томілін А.	студент факультету економіки і менеджменту, Херсонський державний університет
Усатенко А.	студент юридичного факультету, Херсонський державний університет
Федотов С.	студент факультету економіки і менеджменту, Херсонський державний університет
Філімонов Г.	студент юридичного факультету, Херсонський державний університет
Хо Ві Лінь Хунг	студент факультету економіки і менеджменту, Херсонський державний університет
Чернікова М.	студент факультету економіки і менеджменту, Херсонський державний університет
Черпак А.	студент факультету економіки і менеджменту, Херсонський державний університет
Шовкун І.	студент юридичного факультету, Херсонський державний університет
Ясницький І.	студент факультету економіки і менеджменту, Херсонський державний університет
Dr. Jacinto Gavino	Professor, Asian Institute of Management, Philippines
Dr. Edwin Portugal	Professor, State University of New York, Potsdam, USA
Вернер Реген	професор, топ-менеджер групи КНАУФ, президент представництва Міжнародного союзу коучей, Німеччина
Іртищева І.О.	д.е.н., професор, Національний університет кораблебудування імені адмірала Макарова, м. Миколаїв
Гросицька О.Є.	викладач, Національний університет кораблебудування імені адмірала Макарова, м. Миколаїв
Мохненко А.С.	д.е.н, доцент, завідувач кафедри економіки підприємства, Херсонський державний університет



- Тюхтенко Н.А. проректор з навчальної та науково-педагогічної роботи ,зав. кафедри менеджменту і адміністрування, Херсонський державний університет
- Шапошников К.С. д.е.н, доцент, декан факультету економіки і менеджменту, Херсонський державний університет
- Бабяр В.Н. к.т.н., доцент кафедри економіки підприємства, Херсонський державний університет
- Бенин Е.Ю. ООО “Научно-производственное объединение ”Свет шахтера”, г. Харьков
- Волкович О.Ю. к.ю.н., доцент кафедри адміністративного і господарського права, Херсонський державний університет
- Глушко К.О. аспірант кафедри економічної теорії, Херсонський державний університет
- Грицина В.В. аспірант кафедри економічної теорії, Херсонський державний університет
- Джеджула В.В. к.т.н., докторант, енергоаудитор, Хмельницький національний університет
- Євтухова С.М. к.е.н., доцент кафедри менеджменту та адміністрування, Херсонський державний університет
- Ковальов В.В. к.е.н., доцент кафедри економіки підприємства, Херсонський державний університет
- Байша К.М. к.п.н., доцент кафедри економіки підприємства, заступник декана з навчально-методичної роботи та практик факультету економіки і менеджменту, Херсонський державний університет
- Москаленко Ф.І. ст. викладач кафедри обліку і аудиту Херсонський державний аграрний університет
- Олексенко С.В. викладач кафедри економіки підприємства, Херсонський державний університет
- Пристемський О.С. к.е.н., доцент, Херсонський державний аграрний університет
- Станкевич Ю.Ю. к.е.н., доцент кафедри економічної теорії, Херсонський державний університет
- Темнюк Т.О. аспірант кафедри економічної теорії, Херсонський державний університет
- Тюхтенко О.О. аспірант кафедри економічної теорії, Херсонський державний університет
- Атаманчук М. студент факультету економіки і менеджменту, Херсонський державний університет
- Багдасарян А. студент факультету економіки і менеджменту, Херсонський державний університет
- Базванова О. студент факультету економіки і менеджменту, Херсонський державний університет
- Берьозкін П. студент факультету економіки і менеджменту, Херсонський державний університет
- Винокурова О. студент факультету економіки і менеджменту, Херсонський державний університет
- Вінюков Р. студент факультету економіки і менеджменту, Херсонський державний університет
- Гелеверя Ю. студент факультету економіки і менеджменту, Херсонський державний університет



Герасимова Т.	студент факультету економіки і менеджменту, Херсонський державний університет
Дамчук Т.	студент факультету економіки і менеджменту, Херсонський державний університет
Дилгіна А.	студент факультету економіки і менеджменту, Херсонський державний університет
Домбровська Ю.	студент факультету економіки і менеджменту, Херсонський державний університет
Задорожній А.	студент факультету економіки і менеджменту, Херсонський державний університет
Калюжний А.	студент факультету економіки і менеджменту, Херсонський державний університет
Коробчук В.	студент факультету економіки і менеджменту, Херсонський державний університет
Кудінова А.	студент факультету економіки і менеджменту, Херсонський державний університет
Лаухін О.	студент факультету економіки і менеджменту, Херсонський державний університет
Маєвська А.	студент факультету економіки і менеджменту, Херсонський державний університет
Маєвська Ю.	студент факультету економіки і менеджменту, Херсонський державний університет
Мерзлий К.	студент факультету економіки і менеджменту, Херсонський державний університет
Пономаренко М.	студент факультету економіки і менеджменту, Херсонський державний університет
Поліщук К.	студент факультету економіки і менеджменту, Херсонський державний університет
Ратушняк А.	студент факультету економіки і менеджменту, Херсонський державний університет
Сикилинда Т.	студент факультету економіки і менеджменту, Херсонський державний університет
Скок Д.	студент факультету економіки і менеджменту, Херсонський державний університет
Смирнов С.	студент факультету економіки і менеджменту, Херсонський державний університет
Шевченко К.	студент факультету економіки і менеджменту, Херсонський державний університет



## Зміст

**Частина I. Теоретичні засади розвитку конкурентоспроможної економіки**

Білорусов С.Г. Формування функціональної моделі кадрової політики регіону та діяльності регіонального центру перепідготовки та підвищення кваліфікації в конкурентному середовищі на ринку надання освітніх послуг	3
Богоявленська Ю.В. Інновації в системному управлінні знаннями	4
Демченко О.Г. Державне регулювання економічних процесів в умовах тінізації української економіки	6
Єщук О.М. Адміністративні процедури патентування господарської діяльності	7
Кацова Л.І. Способи формування професійного інтересу студентів у процесі економічної практики	9
Логвиновський Є.І. Коучинг: соціально-економічна сутність та еволюція	11
Мельникова К.В. Система збалансованих показників у забезпеченні стабільного економічного зростання	13
Михайлова В.А. Упрощення система налогообложення як источник первоначального накопления капитала в трансформационной экономике Украины	15
Міронова Ю.В. Напрями підвищення ефективності праці на підприємствах	17
Севрюкова С.М. Ефективність функціонування підприємств галузі садівництва	19
Синякова К.М. Стратегічні аспекти управління професійно-кваліфікаційною структурою персоналу підприємства	21
Стратонов В.М. Еколого-економічна складова здійснення охорони земель в контексті української державної політики	23
Федорчук О.М. Ринок матеріально-технічних ресурсів: проблеми та перспективи	25
Шапошникова І.В. Волонтерство як інструмент підвищення конкурентоспроможності молодих фахівців	26
Шеремет Ю.Л. Соціально-економічні аспекти управління бізнесом в умовах глобалізації	27
Безух О. Теоретичні основи сегментація ринку	30
Вороневська А. Стратегія інвестиційної діяльності України	32
Дробязго О. Проблема інвестиційної привабливості регіонів України	33
Дмитренко О. Рівень життя населення України в умовах глобалізації	34
Кіріченко Л. Проблеми вартісної оцінки споживання домогосподарств України	36
Круцьких Г. Адаптаційні умови зарубіжних моделей менеджменту в Україні	37
Михайленко О. Міжнародна торгівля України як складова глобалізаційних процесів світу	39
Ніколаєва Ю. Особливості активізації інвестиційної діяльності в херсонській області	40
Невеличук С. Стратегічне управління організацією як реалізація цільового підходу	42



Паршин С. Сучасний стан та проблеми антимонопольного регулювання в Україні	44
Піталова М. Особливості ринку праці в сучасних умовах розвитку економіки	46
Поляков В. Регіональні проблеми капіталізації як фактор становлення ринкової економіки	48
Притика М. Сучасний стан та напрями розвитку банківської системи України	50
Пуляєва І. Формування та реалізація корпоративної стратегії	51
Рожук Я. Наслідки експансії іноземного капіталу в банківській системі України	53
Сергєєв Я. Інфляційні процеси в Україні	55
Строкова А. Організація системи навчання персоналу в сучасних економічних умовах	56
Томілін А. Сутність соціального захисту, його принципи, методи, напрями	57
Усатенко А. Інвестиційний клімат України: поняття та сучасний стан	59
Федотов С. Організація системи оплати праці як інструмент мотивації	60
Філімонов Г. Поняття, зміст та класифікація адміністративних процедур у сфері оформлення дорожньо-транспортних пригод	62
Хо Ві Лінх Хунг Зовнішньоекономічна діяльність у розвитку вітчизняних малих підприємств	64
Чернікова М. Місце корпоративної культури у розвитку економічних організацій	65
Черпак А. Місце економічної організації у сучасній господарській системі	66
Шовкун І. Правові засади підтримки та захисту економічної конкуренції	67
Ясницький І. Особливості інвестиційного клімату України в сучасних умовах	69

## **Частина II. Підвищення конкурентоспроможності підприємств**

Dr. Jacinto Gavino, Dr. Edwin Portugal Creative tension of leadership: contextual and universal perspectives	72
Вернер Реген Корпоративна управлінська система: самоорганізація та обрання варіантів розвитку	74
Іртищева І.О., Гросицька О.Є. Конкурентоспроможність харчової промисловості України в умовах глобалізації: особливості розвитку та стратегічні орієнтири	75
Мохненко А.С. Особливості територіально-виробничих кластерів	77
Тюхтенко Н.А. Кадровий аудит як важливий чинник менеджменту персоналу	79
Шапошников К.С. Перспективи розвитку аутсорсингу в умовах міжкорпоративних відносин	80
Бабяр В.Н. Конкурентоспроможна продукція – запорука успіху діяльності промислового підприємства	81
Бенин Е.Ю. Технико-экономическое обоснование эффективных направлений развития машиностроительного предприятия	83
Волкович О.Ю. Проблеми формування адміністративно-правового регулювання підприємництва та ефективного запровадження інвестиційної політики в Україні	85
Глушко К.О. Інформаційно-прогнозне забезпечення діяльності сільськогосподарських підприємств	87
Грицина В.В. Корпоративна реструктуризація в управлінні розвитком підприємства	89
Джеджула В.В. Енергетичний аудит як засіб забезпечення ефективності енергоспоживання промислових підприємств	90
Євтухова С.М. Вплив мотиваційних факторів на реалізацію стратегій підприємства	92

Ковальов В.В., Байша К.М. Вплив факторів конкурентоспроможності на економічне зростання	94
Москаленко Ф.І. Розвиток аудиту інформаційних систем в Україні	96
Олексенко С.В. Шляхи удосконалення механізму управління конкурентоспроможністю продукції фермерських господарств	98
Пристемський О.С. Механізми забезпечення економічної безпеки виробничих систем	100
Станкевич Ю.Ю. Роль людини у становленні інформаційної економіки	102
Темнюк Т.О. Підходи до формування ефективної організаційної культури корпоративних підприємств	104
Тюхтенко О.О. Забезпечення конкурентоспроможності підприємств в сучасних умовах господарювання	105
Атаманчук М. Сутність підприємства: істико-економічні засади визначення підприємства	106
Багдасарян А. Особливості маркетингової стратегії підприємства в сучасних умовах	108
Базванова О. Управління маркетинговою політикою підприємства	109
Берьозкін П. Ефективність використання матеріальних ресурсів та розробка пропозиції щодо їх поліпшення	111
Винокурова О. Формування бізнес-стратегії підприємства та етапи розробки його бізнес плану	113
Вінюков Р. Загальна характеристика амортизації	115
Гелеверя Ю. Розрахунок заробітної плати та розробка проекту її удосконалення	117
Герасимова Т. Нематеріальні ресурси підприємства, їх формування та ефективність використання	118
Дамчук Т. Економічна сутність фінансово-економічних результатів господарюючого суб'єкта	121
Дилгіна А. Економічна сутність оборотних коштів підприємства	122
Домбровська Ю. Особливості підходів щодо оцінки підприємств	124
Задорожній А. Розвиток кар'єри у сучасних структурах управління організацією	125
Калюжний А. Особливості реклами в мережі Інтернет	127
Коробчук В. Мерчандайзинг як інструмент маркетингової політики підприємства	129
Кудінова А. Особливості стратегічного управління розвитком персоналу в сучасних умовах	130
Лаухін О. Удосконалення організації процесу управління персоналом на підприємстві	132
Маєвська А. Формування ресурсів комерційних банків	133
Маєвська Ю. Оцінка впливу корпоративної культури на ефективну діяльність підприємства	135
Мерзлий К. Сучасні особливості управління фінансовими ресурсами підприємства	136
Пономаренко М. Аналіз використання трудових ресурсів на підприємстві	138
Поліщук К. Ефективне використання економічних і соціально-психологічних методів управління як напрями покращення діяльності підприємства	140
Ратушняк А. Амортизаційна політика підприємства в ринкових умовах господарювання	142
Сикилинда Т. Конкурентоспроможність сільськогосподарської продукції	144
Скок Д. Шляхи вдосконалення ціноутворення підприємств	146



Смирнов С. Сучасні тенденції та проблеми інноваційного розвитку економіки України	147
Шевченко К. Сутність основних засобів та їх відтворення	149
Відомості про авторів	152
Зміст	156





