

Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара
(м. Дніпропетровськ, Україна)
Запорізька державна інженерна академія (м. Запоріжжя, Україна)
Благодійний Фонд Віктора Пінчука (м. Київ, Україна)
Національний авіаційний університет (м. Київ, Україна)
Університет міста Інгольштадт (Німеччина)
Університет Ле Ман (Франція)
Інститут економіки імені Паата Гугушвілі
Тбіліського державного університету імені Іване Джавахішвілі (м. Тбілісі, Грузія)
Університет професора доктора Асена Златарова (м. Бургас, Болгарія)
Познанський економічний університет (м. Познань, Польща)

ЕКОНОМІКА І МЕНЕДЖМЕНТ – 2015:
ПЕРСПЕКТИВИ ІНТЕГРАЦІЇ
ТА ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

Збірник наукових праць
Міжнародної науково-практичної конференції
(Дніпропетровськ, 23–24 квітня 2015 р.)

У дев'яти томах

Том 1. Економіка підприємства:
стратегічні пріоритети розвитку в ХХІ сторіччі

Дніпропетровськ
Видавець Біла К. О.
2015

ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ КОМІТЕТ

Поляков М. В. – д. ф.-м. н., проф., ректор Дніпропетровського національного університету імені Олеся Гончара, голова оргкомітету;

Смирнов С. О. – д. ф.-м. н., проф., декан економічного факультету Дніпропетровського національного університету імені Олеся Гончара;

Гринько Т. В. – д. е. н., проф., зав. кафедри економіки та управління підприємством Дніпропетровського національного університету імені Олеся Гончара;

Коваленко О. В. – д. е. н., проф., зав. кафедри економіки підприємств Запорізької державної інженерної академії;

Ложачевська О. М. – д. е. н., проф., зав. кафедри міжнародної економіки Інституту економіки та менеджменту Національного авіаційного університету;

Жан-Паскаль Гайант – доктор, проф., декан факультету Права, Економіки і Менеджменту Університету Ле Ман (Франція);

Гюнтер Швайгер – доктор, проф. Університету міста Інгольштадт (Німеччина);

Абесадзе Р. Б. – д. е. н., проф., директор Інституту економіки імені Паата Гугушвілі Тбіліського державного університету імені Іване Джавахішвілі;

Дімітров І. – доктор, проф. Університету професора доктора Асена Златарова;

Яцек Лучак – доктор, проф. Познанського економічного університету;

Скрипник Н. Є. – к. е. н., доцент, доцент кафедри економіки та управління підприємством Дніпропетровського національного університету імені Олеся Гончара.

Е 45 Економіка і менеджмент – 2015: перспективи інтеграції та інноваційного розвитку : зб. наук. праць Міжнар. наук.-практ. конф., 23–24 квіт. 2015 р. : у 9 т. – Дніпропетровськ : Біла К. О., 2015.

ISBN 978-617-645-197-6

Т. 1 : Економіка підприємства: стратегічні пріоритети розвитку в ХХІ сторіччі. – 2015. – 136 с.

ISBN 978-617-645-198-3

У збірнику надруковано наукові праці Міжнародної науково-практичної конференції, яка відбулася 23–24 квітня 2015 року в Дніпропетровському національному університеті імені Олеся Гончара.

Для студентів, аспірантів, викладачів ВНЗів та наукових закладів.

**УДК 336
ББК 65.01**

ISBN 978-617-645-197-6

ISBN 978-617-645-198-3 (Т. 1)

© Авторський колектив, 2015

Yevgen Bogodistov

University of Applied Sciences Neu-Ulm, Germany

Prof. Dr. Veit Wohlgemuth

University of Applied Sciences HTW Berlin, Germany

**EMOTIONS AND ORGANIZATIONAL COMPLEXITY:
A SYSTEMS THEORETIC PERSPECTIVE**

The overwhelming complexity of the environment has been a concern of workplace research for decades. Modern systems theory [e.g. Luhmann, 1995] allows explaining mechanisms that might support coping with complexity, and thus provide an explanation for increased resilience and performance. Systems are defined by their differentiation from the environment [Luhmann, 2011]. A firm is a system and thus a bundle of elements, such as capabilities and resources, interconnected through processes of communication which can be delineated from other objects of the environment. Since Ashby's [1956] seminal work in cybernetics, it is well known that variety in the form of a set of possibilities and decision options supports dealing with environmental complexity. The more options available to an organization, hence the more complex an organization is itself, the more capable is it to deal with environmental complexity. We argue that the deployable complexity of the system may be reduced or increased according to emotional climate in a firm. Emotions are "modes of relating to the environment: states of readiness for engaging or not engaging in interaction with the environment" [Frijda & Mesquita, 1994].

We assume that there is a discrepancy between potential and deployed capabilities that might be explained by the set of available and the list of deployed resources [Bogodistov, 2013]. This deployment or activation might be influenced by affective states of employees. The latter might disconnect resources from internal organizational structures. Negative emotions provide more accurate and realistic perceptions of available resources [Alloy & Abramson, 1979; Ashkanasy, 2003]. Employees thus might notice more resources including ways of their applications. Positive emotions, on the contrary, might restrict this capacity [Hodgkinson & Healey, 2011] (see Figure 1).

Proposition 1: Negative emotions of employees might increase organizational capacity to notice environmental opportunities and threats.

Proposition 2: Positive emotions of employees might decrease organizational capacity to notice environmental opportunities and threats.

Nevertheless, negative emotions might lead to withdrawal behavior [Beaumont, 2008; Davidson & Irwin, 1999], which may result in the fact that employees might omit certain resources or relationships, thus weakening or avoiding the deployment or creation of internal structures. Positive emotions, on the other hand, cause approach behavior

[Beaumont, 2008; Davidson & Irwin, 1999] which might result in a willingness to deploy firm's resources (see Figure 2).

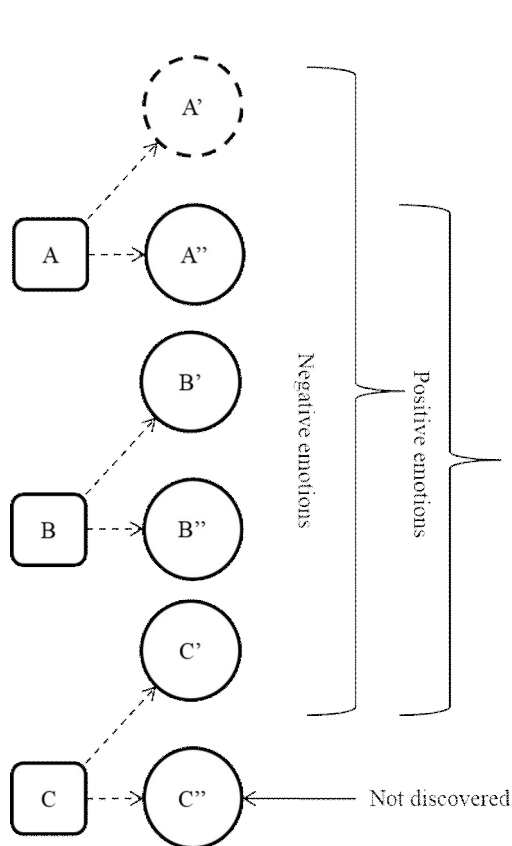


Fig. 1. Options discovered

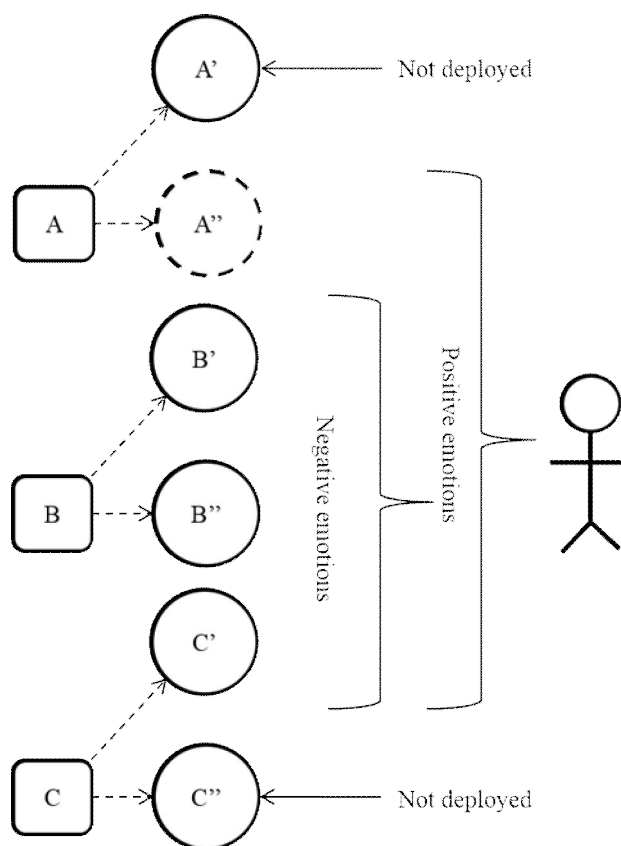


Fig. 2. Options deployed

Proposition 3: Negative emotions might restrict organizational capacity to cope with environmental challenges.

Proposition 4: Positive emotions might strengthen organizational capacity to cope with environmental challenges.

We, therefore, consider emotions a double edged sword. Positive emotions might be more efficient than negative regarding the deployment of resources. However, the opposite is the case for recognizing of environmental challenges and of an available set of resources and opportunities for their deployment.

Moreover, the imbalance of emotional climate in a firm might enforce path dependency [Sydow et al., 2009] of organizational routines. Employees might prefer to work with specific resources or engage in specific relationships only to avoid 'uncomfortable' resources and therefore constitute robust organizational paths (see Figure 3).

Proposition 5: Emotions moderate the interpersonal relations and thus the appearance of path dependencies in a firm.

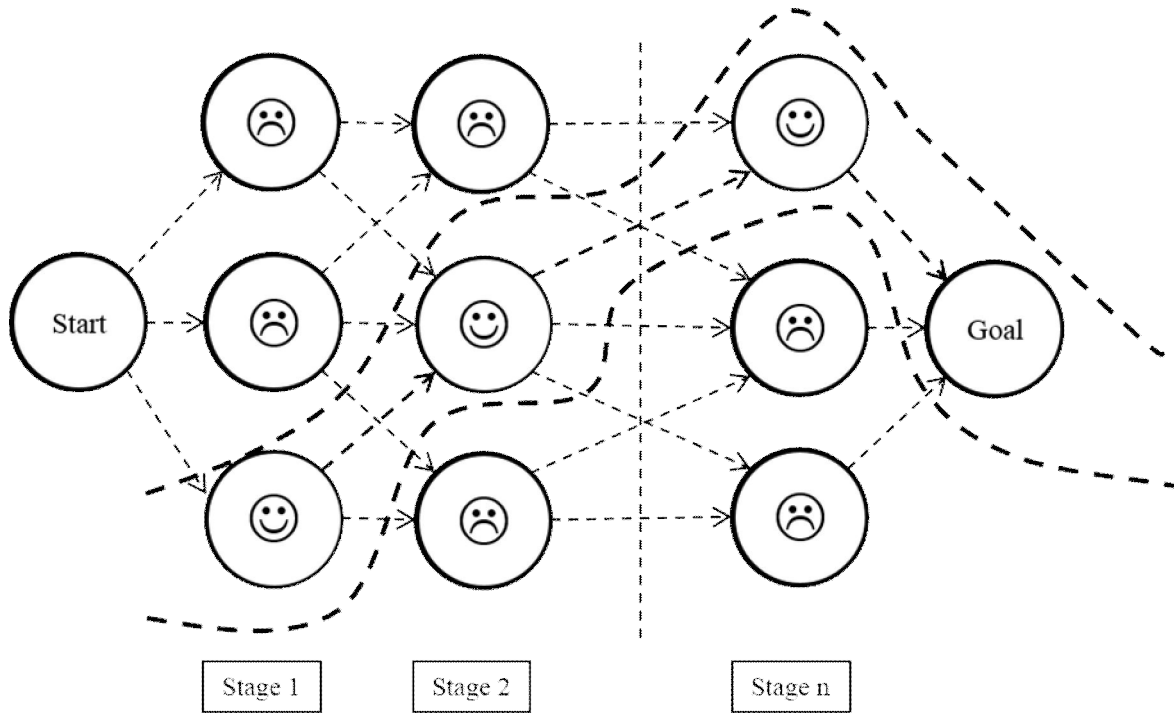


Fig. 3. Path-dependency

We argue that emotions are a function of inter-individual intervention, i.e. managing emotions. Consequently, emotions not only affect the individual level, but also have an impact on employees' interconnections and organizational routines. We aim to identify mechanisms that can unlock latent potential in individuals and firms, while supporting both, employee well-being and the firm's ability to deal with complexity. In contrast to existing research on well-being and organizational performance, which often assumes a static environment in which firms are characterized by efficiency considerations [see Wooten & Crane, 2004 for one exception], we set focus on dynamic and thus complex environments.

Proposition 6: Inter-individual interventions for emotion eliciting or suppressing might help a firm to exist in dynamic and complex environments.

Nowadays markets rapidly become very dynamic due to growing competition. Since systems have to reduce environmental complexity to be able to exist [Luhmann, 1995], blind spots in coping of the system and its environment might increase [Burisch & Wohlgemuth, 2013]. In order to deal with these blind spots, firms have to develop new coping mechanisms. We argue that management of emotional climate in organizations is one of the available instruments with which firms can increase their abilities to notice environmental challenges and deal with them. Unfortunately, affective states of employees (emotions, feelings, and moods) are a double edged sword which can bring either effectiveness or inability to deal with environmental challenges. The task of

academic research is to define situations and ways to elicit or suppress employees' emotions and explain consequences of such actions.

The list of references:

1. Alloy L. B. Judgment of Contingency in Depressed and Nondepressed Students: Sadder but Wiser? / L. B. Alloy, L. Y. Abramson // *Journal of Experimental Psychology: General*. – 1979. – № 108(4). – P. 441–485.
2. Ashby W. R. *An Introduction to Cybernetics* / W. R. Ashby. – N.-Y. : Wiley, 1956.
3. Ashkanasy N. M. Emotions in Organizations: a Multi-level Perspective / N. M. Ashkanasy // Dansereau F., Yammarino F. J. (Eds.) *Research in Multi-Level Issues*. – 2003. – P. 9–54.
4. Beaumont J. G. *Introduction to Neuropsychology* / J.G. Beaumont – 2 ed. – N.-Y. : Guilford Press, 2008.
5. Bogodistov, Y. Multilevel model of dynamic capabilities / Y. Bogodistov // *Hold at Annual Conference of the European Academy of Management EURAM*. – Istanbul, 2013.
6. Burisch R. Blind spots of dynamic capabilities: A system theoretic perspective / R. Burisch, V. Wohlgemuth // *Hold at European Academy of Management (EURAM)*. – Istanbul, 2013.
7. Davidson R. J. The Functional Neuroanatomy of Emotion and Affective Style / R.J. Davidson, W. Irwin // *Trends in Cognitive Sciences*. – 1999. – №3(1). – P. 11–21.
8. Frijda N. H. The social roles and functions of emotions / N. H. Frijda, B. Mesquita / *Emotion and culture: Empirical studies of mutual influence* – Washington, D.C. : American Psychological Association, 1994. – P. 51-87.
9. Hodgkinson G. P. Psychological Foundations of Dynamic Capabilities: Reflexion and Reflection in Strategic Management / G. P. Hodgkinson, M. P. Healey // *Strategic Management Journal*. – 2011. – №32(13). – P. 1500–1516.
10. Luhmann N. *Social Systems* / N. Luhmann. – Stanford : Stanford University Press, 1995.
11. Luhmann N. *Einführung in die Systemtheorie* / N. Luhmann. – Heidelberg : Auer, 2011.
12. Sydow J. Organizational Path Dependence: Opening the Black Box / J. Sydow, G. Schreyögg, J. Koch // *Academy of Management Review*. – 2009. – №34(4). – P. 689–709.
13. Wooten L. P. Generating Dynamic Capabilities through a Humanistic Work Ideology / L. P. Wooten, P. Crane // *American Behavioral Scientist*. – 2004. – №47(6). – P. 848–866.

Chus I., Vlasenko M.

Oles Gonchar Dnipropetrovsk National University (Dnipropetrovsk)

BUILDING A STRONG ECONOMY ORIENTED ON YOUTH: EMPLOYMENT ASPECTS

Since the financial crisis of 2007-2008 there have been warnings of generational conflict, or of a “lost generation” of youth who are unable to find employment and whose job prospects are grim [1].

Typically businesses, and most people, think about the short term; how they are going to live or produce a profit over the next few years. This leaves the role of thinking across broader horizons to the government. Governments need to plan to ensure the prosperity of the nation in twenty or even fifty years' time because many of their

current citizens will still be alive. This planning is also necessary because of the length of time that large scale construction projects or social changes take. For example, in the energy sector, investments are made for a period between 20 and 60 years [2]. Decisions on what kind of power to support, coal, gas, nuclear, or renewables, will still be making an impact in half a century. Clearly, when thinking longer term it simply makes sense to focus on younger people as they are going to have an impact for longer. Just the same as in energy policy if a nation makes mistakes with its treatment of its youth it will be feeling the consequences for half a century. It is clearly in the long-term interest of the state to invest in its youth.

Spending on young people is an investment. While there may be other objectives too, such as taking young people off the street to prevent trouble, when there is spending on young people this is almost always to ensure they have either a broader, or more focused skill base. This is done through education, training, and apprenticeships. Having a better skilled workforce has a beneficial effect on economic growth. This means that there are several economic benefits to spending on youth; there is the initial fiscal benefit from the spending on youth followed over years and decades by a return on the investment from having higher skilled workers. This higher skilled workforce will then overtime pay back the initial investment through paying more tax as a result of being more productive (so earning more). There is then a change from the unemployed youth being a burden on the state and the economy to a contributor.

A young person, trained and given a job, can clearly be turned into a gain for the taxpayer and society. This is similar to why it is more beneficial to the economy to spend on infrastructure than simply handing cash out. Both will give a fiscal boost from the money being spent but handing money out won't bring return decades later [3].

Allowing high rates of youth unemployment and underemployment to continue could be disastrous. When people lose hope, they are much more likely to turn to violence or towards crime and drugs.

In Ukraine, almost every second of the registered individuals in the State Employment Authorities is a young person under the age of 35 years. The yearly scope of state employment is about 800 000 of unemployed youth and 1.5 million of people enrolled in educational institutions of different types.

Youth unemployment is particularly acute problem in Ukraine. University graduates, who have great employment potential and desire to work, face the greatest difficulties in finding work. They can't afford starting their own business because in Ukraine there are no effective government programs to promote small business and entrepreneurship. Therefore, the most educated, promising graduates look for opportunities to go abroad. The fact that young people look for a job abroad is a very bad trend. It turns out that

Ukraine invests in education, trains young professionals, and then they work and therefore pay taxes to other States [4].

As we see, youth unemployment is an urgent problem in Ukraine. The difference between the youth employment and the general employment challenge is that helping young people get the right start to ensure that they follow a pathway to decent work that will benefit the economy of Ukraine.

Tools having the direct positive impact on employment growth among young people are the following: a 5-% quota of employment in the labour market low competitive citizens, including young people, in companies employing more than 20 people; companies that prove jobs for graduates assigned to work by the State Employment Authority for a period not less than two years, will have a reimbursement of 100% of single social contribution [5].

The implementation of these and other activities, including planned measures by the State Program to promote employment, may contribute to improving the situation of youth employment, have an impact on the national labour market, help to create new jobs, stimulate private initiative in SMEs and promote economic growth in Ukraine.

The list of references:

1. Ahead of International Youth Day, Ban warns of risk of creating a “lost generation”, UN News Centre, 10 August 2012 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.un.org/apps/news/story.asp?NewsID=42660#.UaXo8bXVB8E>
2. The Commission's Energy Roadmap 2050, Europa, 15 December 2011, MEMO/11/914 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://europa.eu/rapid/press-release_MEMO-11-914_en.htm
3. Belfield C. R. The Economic Value of Opportunity Youth [Електронний ресурс]/ C.R. Belfield. – Kellogg Foundation, January 2012,. – Режим доступу : http://www.serve.gov/new-images/council/pdf/econ_value_opportunity_youth.pdf
4. Госпрограма содействия занятости населения и стимулирования создания новых рабочих мест не отвечает вызовам современности [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://interfax.com.ua/news/political/222028.html>.
5. Програма сприяння зайнятості населення та стимулювання створення нових робочих місць на період до 2017 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1008-2012-п>

Fridman D.

Technischer Leiter, EPSTEIN GmbH, Frankenthal, Germany

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PROGRAMME

“CSR – MADE IN GERMANY”

The processes of globalization and integration, which are of decisive importance in the 21st century, the daily news informing about layoffs, mergers and acquisitions, as well as plants deploying production in developing countries, along with news about products that pose threat to health, the charges brought against some companies in an exploitative attitude towards workers and material resources – undoubtedly, all this had an impact on public opinion and led to growing discontent with companies policies.

For many years Germany was considered a role model in assuring good product quality, employment and working conditions, workers’ involvement, public services, and environmental protection. These high standards have served Germany and its economic development well for many years, both domestically and on international markets. In essence, “doing well by doing good” was required of German companies by the multiple institutional mechanisms that embedded business in society. Although the term “corporate social responsibility” (CSR) was not part of the German vocabulary, socially responsible practices were expected and these expectations were generally met [1, p.285-286].

The German government has developed the concept of CSR that is “made in Germany” to boost corporate social responsibility in Germany and to particularly win over small and medium-sized enterprises for CSR [2].

The guiding concept of “CSR – Made in Germany” underscores the high level of social and environmental standards observed by Germany businesses operating in the international arena. In the process, the global quality label “Made in Germany” – a proof of origin that was introduced in 1887 – in combination with the abbreviation CSR will become a new quality label. It will be used to raise Germany’s CSR profile at home and abroad. The embassies of the Federal Republic of Germany and other organizations abroad are being included in these activities on a targeted basis. In connection with international business and political dialogues, the German government (Federal Ministry of Labour and Social Affairs, Federal Ministry for the Environment, Nature Conservation and Nuclear Safety, the Federal Government Commissioner for Culture and the Media, among others) is also drawing greater attention to the subject of corporate social responsibility by, for example, conducting seminars on specific aspects of CSR for various interest groups such as businesses, unions and non-governmental organizations.

Upon adopting the National Strategy for Corporate Social Responsibility (CSR) in October 2010, the German government set itself the goal of raising public awareness of the concept of corporate social responsibility. Due to the structure of the German

economy, the government's focus is on small and medium-sized enterprises: Small and medium-sized enterprises account for more than 99 per cent of all companies in Germany and more than 60 per cent of all employees and thus constitute the backbone of the German economy.

The Corporate Social Responsibility in SMEs programme is the core measure being implemented under the Action Plan for CSR, which the Federal Cabinet adopted on 6 October 2010. This programme offers tailor-made training measures throughout Germany to enable small and medium-sized enterprises (SMEs) to put concepts for corporate social responsibility to use. The programme will run for three years and has a total volume of €26 million.

The Corporate Social Responsibility in SMEs programme supports CSR advisory service measures for company management, employees and employee representatives, depending on the respective enterprise's need for action. Examples of possible training content:

- field of action – Workplace: continuing training and qualification of employees, reconciliation of the demands of working life with the demands of raising a family, equality of opportunity and diversity in the company's workforce, fair pay and employee participation;
- field of action – Environment: energy conservation, climate protection, use of natural resources, environmental management system, renewable sources of energy, environmental awareness among employees;
- field of action – Market: socially and environmentally responsible production throughout the supply chain, respect for consumer rights and interests, transparent corporate governance;
- field of action – Community: volunteer work by employees, partnerships with social organizations.

Good reasons for a national CSR strategy are in society benefits when businesses take on responsibility. Taking on responsibility means providing in-company vocational training for more youths than are necessary for meeting one's operational needs. It means giving youths who are having difficulties a chance. Businesses that contribute to ensuring a strong and vital society, which practices solidarity, foster an environment in which they can operate successfully. Responsible business conduct strengthens the social and environmental dimensions of globalization. Corporate social responsibility is to be a trademark for German enterprises in Germany and abroad in the future as well. Reliable corporate values make small and large companies more competitive in both the national and international arenas. Corporate values foster solidarity in our society. Responsible business practices should also be more visible for consumers.

Businesses can use CSR to shape their environment in positive ways. Avoiding risks and creating opportunities – in this way, CSR becomes a part of business strategy and a strong added value for German trade and industry when competing in international markets. “Made in Germany” means: quality that is also the product of responsibility.

The list of references:

1. Berthoin A. (Re)discovering the social responsibility of business in Germany / A. Berthoin, A. M. Oppen, A. Sobczak // *Journal of Business Ethics*. – 2009. – № 89. – P. 285–301.
2. CSR – Made in German [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.csr-in-deutschland.de/en/csr-in-germany.html>.

Taranenko A. V.

Oles Gonchar Dnipropetrovsk National University (Ukraine)

Grin'ko T. V.

Full Professor, Doctor of Economic Sciences

Oles Gonchar Dnipropetrovsk National University (Ukraine)

STRATEGIC DEVELOPMENT PRIORITIES OF DOMESTIC ENTERPRISES AT MODERN CONDITIONS

The modern concept of management of economic systems at various levels (country – region – sector – company) – a concept of strategic management. It arose as a response to the challenges and threats from the environment, strengthening its instability, increased globalization and increased competition. At the evolution of control that occurred under the influence of changes at production 60-70th years 20th century formed the modern concept of strategic management.

There are some peculiarities of strategic management:

1. The purpose of modern organization is to adapt to external changes. In connection with the account of the dynamics of the environment are two areas of strategic management, strategic management regularly (there is a logical development of strategic planning) and strategic management at real-time (decision suddenly emerging strategic objectives);
2. The product of the strategic management has the potential of the organization, which consists of resources and sources of their replenishment, communications, regulations and organizational system in general;
3. As additional features of strategic management distinguished: flexible response to pulses of the environment, providing timely changes in the organization, orientation to the consumer, long-term prospects due to competitive advantages, ensuring the competitiveness of the company in the future.

The need for the strategic management of the Ukrainian enterprises is due to several reasons, main of which are:

- availability of strategic policy making preparations for possible future use of favorable conditions;
- strategy provides the key to understanding the principles of operation of the enterprise;
- strategic management formalizes duties and responsibilities of employees, improves control of the enterprise;
- implement rational strategic setting and achieving their objective of the company;
- development of a global network of communication over the Internet, leading to the globalization of the world economy and attracting national economies increasingly close bilateral and multilateral business contacts.

Domestic enterprises generally difficult to apply strategic management through challenging economic conditions, lack of funds to implement innovative processes, not quite civilized competition.

However, it is important that there are already some progress with the successful implementation of strategic management at the Ukrainian food industry («Torch», «Crown»), Innovative Technologies («Motor-Sich», «Quasar-Micro»), trade (firm «ISS», supermarkets Ukraine), information technology («Kyivstar») in banking structures and so on. These companies have a clear mission, concepts, goals, organizational culture, extraordinary approach to solving problems, «aggression» in the competition [1].

To the restrictions about using the strategic management in domestic enterprises are:

- lack of a systematic approach to setting strategic management, relations with the strategy of the company;
- competition strategic and current activities of the advantage of the last
- lack of reliable strategic information for managing strategic potential of the company;
- lack of personnel strategic management skills [1].

Ways of overcoming higher mentioned limitations include:

- a strategic monitoring and controlling;
- the use of incentives for the development of mechanisms for the strategic management;
- forming strategic behavior of staff;
- develop a system of strategic plans and protection activities through strategic planning and economic activities [2].

Thus, we can conclude that companies that use strategy and implementing strategic management, always have the opportunity to behave consistently in their business, and in

particular in the market dynamic competitive environment as a whole, which increases the probability of reaching the goal. Therefore, the introduction of strategic management in domestic enterprises and is objectively necessary process in the field of business management, which increases the willingness of business organizations to adequately respond to unforeseen changes and promotes reasonable agreed solution both current and strategic issues. The basis of this process to put the existing international experience in strategic management and provide creative transfer it to the specific conditions of economic development of Ukraine for domestic enterprises to assist them in establishing the necessary production and increase their efficiency.

The list of references:

1. Maksimenko I. A. Some approaches to determining the level of economic development enterprise / I. A. Maksimenko // Culture of Black Sea, № 161. – Simferopol: Taurian national University named. VI Vernadsky, 2009 – P.126-128.
2. Palchik M. V. Strategic Management and Planning activities Ukrainian enterprises [Електронний ресурс] / M. V. Palchik // Scientific Conference. – 2012. – Режим доступу: <http://www.oldconf.neasmo.org.ua/node/727>

Алексєєнко Л. І., к. е. н. Скрипник Н. Є.

Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ПЕРЕВАГИ ВИБОРУ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА НА ЗАСАДАХ ФАСЕТНОЇ КЛАСИФІКАЦІЇ

В умовах ринкового середовища, де діють механізми конкуренції для забезпечення ефективного функціонування підприємств вирішальну роль відіграє стратегія розвитку. Саме вона дозволяє контролювати та регулювати діяльність підприємства, а також запобігати втратам і зменшувати ризики. Формування стратегії розвитку підприємства вимагає ретельного вивчення виробничо-технічних можливостей, визначення цілей і ключових проблем економічного суб'єкта, вибору й обґрунтування оптимального рішення, складання програми дій і перевірки її реалізації. Багатогранність визначення поняття «стратегія» спричинили появу достатньо великої кількості різноманітних класифікацій, побудованих із застосуванням ієрархічної системи. Багатогранність визначення поняття «стратегія» спричинили появу достатньо великої кількості різноманітних класифікацій, побудованих із застосуванням ієрархічної системи. Проблеми ієрархічних класифікацій пов'язані з неможливістю чіткої ідентифікації об'єктів класифікації. Необхідно зазначити, що проблеми розробки та реалізації ефективних стратегій, знайшли своє відображення в працях багатьох вітчизняних та зарубіжних учених

і спеціалістів: І. Ансоффа, Г. Мінцберга, М. Портера, А. Стрікланда, А. Томпсона, А. Чандлер, але проблема переваги вибору стратегії розвитку підприємства на засадах фасетної класифікації досі є невивченою, цим і пояснюється актуальність обраної теми дослідження.

Ієрархічна система класифікації стає пережитком минулого, з'являються нові, більш досконалі системи. Нині найчастіше застосовуються два типи систем класифікації: ієрархічна і фасетна. При використанні ієрархічного методу класифікації, при якому задані безліч об'єктів обліку послідовно діляться на підпорядковані, залежні підмножини, поступово конкретизуючи об'єкт класифікації.

На наш погляд, до позитивних сторін даної системи слід віднести логічність, простоту її побудови та зручність логічної й арифметичної обробки. Мінусом ієрархічної системи є неможливість чіткої ідентифікації об'єктів класифікації, а так само неможливість їх заміни новими без порушення загальної структури та цілісності.

Характерними особливостями ієрархічної системи є: можливість використання необмеженої кількості ознак класифікації; підпорядкованість ознак класифікації, що виражається розбиттям кожної класифікаційної групи, утвореної за однією ознакою, на безліч класифікаційних угруповань.

Фасетна система класифікації дозволяє усунути більшу частину недоліків ієрархічної системи, засновниками якої є Ю. І. Блохін і Є. П. Панфілов [1]. Створена вона була з метою класифікації і кодування техніко-економічної інформації не так давно і розвивається протягом останніх років небувалими темпами, ставши відомою ще й як «аналітико-синтетична» класифікація.

Фасетна система класифікації має значні переваги у порівнянні з іншими видами класифікаторів. По-перше, фасетний метод класифікації – це паралельний поділ множини об'єктів на незалежні класифікаційні угруповання. Зручний інтерфейс фасетної системи: результати відображаються в колонках таблиці (стовпці – це критерії класифікації, а рядки – це можливі значення цих критеріїв). Порядок всередині фасета має невелике значення, але краще всього використовувати наступні принципи структури класифікації: хронологічний, від простого до складного, еволюційний чи ін..

Переваги фасетного методу: гнучкість структури, яка може пристосовуватися до змін у задачах; можливість додавати нові фасети чи видаляти старі; особливо ефективний у разі функціонування комп'ютерних інформаційних систем. До основних недоліків слід віднести недостатньо повне використання обсягу через відсутність практично багатьох із можливих комбінацій фасет; нетрадиційність і незвичайність під час використання для ручної обробки даних [1; 2].

Будь-яке угруповання у системі класифікації визначається набором значень ознак об'єктів класифікації (може бути одна або кілька ознак). Оскільки кількість можливих класифікацій швидко збільшується зі зростанням незалежних ознак, іноді краще мати перелік окремих фасет – ознак. Будь-яка комбінація фасет визначає одну ієрархічну класифікацію, кожне угруповання якої визначається комбінацією значень ознак. Загалом уся множина об'єктів класифікації може описуватися досить великою кількістю дескрипторів, які відповідають значенням різних ознак множини об'єктів.

Отже, проаналізувавши особливості фасетної системи класифікації пропонуємо її застосувати в стратегічному управлінні з метою розв'язування проблематики класифікації стратегії розвитку підприємства.

Як показало дослідження, практика виробила значну кількість класифікацій видів стратегій. Використання фасетна класифікації при виборі стратегії дозволить чітко розмежовувати (ідентифікувати) конкретні види стратегій, на одній і тій самій множині об'єктів побудувати декілька тематичних ієрархій, обирати критерії та ознаки класифікації незалежно один від одного. Дана система значно краще «пласкої» ієрархічної, оскільки враховує декілька характеристик. Фактично фасетна класифікація являє собою сукупність декількох класифікацій, кожна з яких визначає приналежність об'єкта до визначеного класу по одній з ознак. Ми вважаємо, що такий підхід дозволяє більш повно і вичерпно охарактеризувати наявні види стратегій, оскільки їх класифікація з неповним набором критеріїв та ознак, без можливості швидкого їх доповнення та уточнення не дозволяє дати всебічну їх характеристику.

Список використаних джерел:

1. Блохін Ю. В. Класифікація та кодування техніко-економічної інформації / Ю. В. Блохін, Е. А. Панфілов. – М. : Знання, 1975. – 64 с.
2. Ансофф І. Стратегічне управління: пер. з англ. / І. Ансофф. – М. : Економіка, 1989. – С. 15–20.

Арбеков М. О., Власенко М. О.

Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

СУЧАСНА ПРОБЛЕМА ЗАЙНЯТОСТІ НАСЕЛЕННЯ ТА БЕЗРОБІТТЯ В УКРАЇНИ

Сучасна фінансова криза суттєво вплинула на вітчизняний ринок праці. На сьогодні проблеми зайнятості та безробіття є найбільш гострими серед соціально-економічних проблем в Україні. Безробіття у нашій країні набуло масового характеру і складає реальну загрозу для державного та суспільного добробуту.

Відповідно до Закону України «Про зайнятість населення» (від 2012 р.), безробітними визнають осіб віком від 15 до 70 років, які через відсутність роботи не мають заробітку або інших передбачених законодавством доходів як джерела існування, готові та здатні приступити до роботи. В Україні склалися помітні територіальні відмінності в рівнях зайнятості населення, що пояснюється регіональними особливостями умов відтворення суспільного продукту рівнем розвитку продуктивних сил, темпами роздержавлення та приватизації, становленням альтернативного сектору господарства, демографічною ситуацією, етноісторичними та культурними традиціями кожного регіону. Це можна пояснити розташуванням регіонів, наприклад, зараз найбільший рівень безробіття спостерігається у великих регіонах та областях, а найбільший приріст у сільській місцевості (табл. 1) [1].

Таблиця 1. Порівняння рівнів безробіття за статевими групами та місцем проживання, у %

	2007	2013	Темп приросту
Все населення	6,4	7,2	13
Жінки	6,0	6,2	3
Чоловіки	6,7	8,0	19
Міське населення	6,8	7,1	4
Сільська місцевість	5,4	7,3	35

Джерело: [1].

Серед вікових груп економічно активного населення найбільш вразливими до безробіття є наймолодші працівники (табл. 2).

**Таблиця 2. Структура безробіття за віковими групами у 2013 р.
(у % до кількості економічно активного населення)**

	15-24	25-29	30-39	40-49	50-59
Все населення	17,4	8,7	6,4	6,2	5,1
Жінки	16,3	7,4	6	5,3	4,4
Чоловіки	18,2	9,6	6,7	7,2	5,7
Міське населення	19,2	8,6	6,2	5,7	5
Сільська місцевість	14,6	8,9	6,9	7,3	5,2

Джерело: [1].

На сьогодні майже половина з тих, хто звертається до служби зайнятості, – молоді люди віком до 35 років, третина з них мають повну та базову вищу освіту, досвід роботи та достатні амбіції. Але вакансій для них обмаль: зокрема, на Дніпропетровщині на одне робоче місце зараз претендує 7 осіб [3].

Безробіття є складним економічним, соціальним та психологічним явищем, що виникає і відображає економічні відносини стосовно вимушеної незайнятості працездатного населення [4]. Воно може бути фікційним (за якого безробітні шукають або чекають на отримання роботи в найближчий час), структурним

(пов'язане зі структурними зрушеннями в економіці) та циклічним (спричинене спадом виробництва) [2]. Але зараз найсуттєвішими чинниками, що впливають на рівень безробіття в Україні, є кризова ситуація в кредитно-фінансовій, інвестиційній, зовнішньоекономічній сферах і сфері доходів.

Система заходів щодо регулювання безробіття в Україні повинна включати: розвиток розгалуженої системи державної служби зайнятості, професійної орієнтації, підготовки, перепідготовки і підвищення кваліфікації кадрів; надання підприємцям субсидій, премій та податкових пільг для найму додаткової робочої сили або переведення частини працівників на скорочений робочий день; державну підтримку нетрадиційним сферам зайнятості; стимулювання підприємців до навчання, перекваліфікації й подальшого працевлаштування додаткової робочої сили; залучення приватного (як вітчизняного, так й іноземного) капіталу в райони зі стійким рівнем безробіття; збільшення кількості стажистів у системі професійної освіти; заходи щодо квотування робочих місць для представників найуразливіших груп на ринку праці, безвідсоткові кредити, що надаються безробітним, які започатковують власний бізнес; організацію регіональними або місцевими органами влади у кооперації з окремими підприємствами або закладами соціальних (громадських) робіт тощо.

Напрями боротьби з безробіттям мають забезпечуватися підвищенням конкурентоспроможності робочої сили за рахунок підвищення її якості, а саме: зростання рівня загальної освіти, підвищення кваліфікації, розширення діапазону оволодіння працівниками професій і спеціальностей, розвитку таких необхідних складових відтворення якісної робочої сили, як медицина, культура, спорт та рекреація.

Зважаючи на вплив фінансово-економічної кризи та низькі показники економічного зростання, проблема безробіття матиме реальні передумови для швидкого вирішення лише за умов політичної та макроекономічної стабілізації.

Список використаних джерел:

1. Демографічна та соціальна статистика / Ринок праці / Зайнятість та безробіття [Електронний ресурс]. – Режим доступу : ukrstat.gov.ua
2. Богиця Д. П. Основи економіки праці: навч. посібник / Д. П. Богиця, О. А. Грішнова. – К. : Знання-Прес, 2000. – 312 с.
3. Сапожніков О. Проблеми зайнятості в Україні: стан і шляхи вирішення для стабільного розвитку [Електронний ресурс] / О. Сапожніков. – Режим доступу : <http://blogs.korrespondent.net/blog/users/3239977>.
4. Закон України «Про зайнятість населення» від 05.07.2012 № 5067-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/5067-17>.

Бабак Э.В.

Запорожская государственная инженерная академия (Украина)

**СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО
МЕХАНИЗМА РАЗВИТИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ПОТЕНЦИАЛА
ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ**

Статья посвящена экономическим проблемам совершенствования организационно-экономического механизма развития производственного потенциала промышленного предприятия в Украине.

В работе сконцентрировано внимание на понятии производственного потенциала предприятия, как экономическом показателе для совершенствования организационно-экономического механизма, достижения синергизма взаимодействия планирования (прогнозирования) и результата.

Обосновывается не только его качественное, количественное значение при определении производственного потенциала, но и следует исходить из изменения объема производства продукции, с учетом обеспечения эффективности устойчивости предприятия в условиях экономической конкуренции на мировом рынке

Основной идеей исследования является доказательство, что основой усовершенствования организационно-экономического механизма производственного потенциала является его развитие, которое обеспечивается маневренностью производственных ресурсов на основании принципа синергетической системы, вклада каждой составляющей структуры в общий доход всего предприятия.

Ключевые слова: производственный потенциал промышленного предприятия, себестоимость продукции, методы подхода, определения стоимости потенциала: расходный, сравнительный и результатный (доходный), основные фонды, производственные ресурсы, фондоотдача, прибыль, собственный капитал, рентабельность, синергетический вклад.

Актуальность поиска путей в современных условиях по усовершенствованию организационно-экономического механизма потенциала имеют особое значение, поскольку их решение позволит обеспечить максимальную загрузку производственных мощностей, снизить затраты и повысить качество продукции, обеспечить устойчивость предприятия в условиях экономики с конкуренцией на мировом рынке.

Наибольшее значение приобретает постоянное совершенствование разработки новых и адаптация уже существующих методов, инструментов достижения синергизма взаимодействия и результата.

Целью исследования является необходимость разработки и научно-теоретическое обоснование усовершенствования организационно-экономического механизма развития производственного потенциала промышленного предприятия в Украине

для повышения эффективности результатов производственной деятельности. Критерии: увеличение синхронизации каждой составляющей в процессе производственных операций, финансовых и материальных потоков, оптимизации объемов и структуры материальных запасов и основных средств.

Значение производственного потенциала может устанавливаться в двух направлениях:

- изменение объема производства;
- повышение экономической эффективности.

Производственный потенциал характеризуется первой величиной, эффективность же производства корректирует его значение. Приближение экономической эффективности производства к ее оптимальному значению (или установление этого значения как желаемый предел) и является той величиной, которая устанавливает целесообразное значение производственного потенциала. Так, величина оптимального значения эффективности производства должна исчисляться с учетом фактов рынка продукции. Таким образом, производственный потенциал как перспективная величина в конечном итоге должен исчисляться не по абсолютным техническим возможностям предприятия, а величиной возможного к получению оптимального дохода.

Методы усовершенствования организационно-экономического механизма развития производственного потенциала промышленных предприятий заключается в следующем:

- оценка внутренних возможностей предприятия, обобщение и системный анализ теоретических концепций сущности, состава, структуры и методов количественной оценки производственного потенциала;
- сравнение и классификация количественных показателей;
- финансово-экономический и статистический анализ для динамики изменений показателей, расчет оценочных коэффициентов и установление тенденции их изменений;
- корреляционно-регрессивный анализ основных показателей эффективности использования механизма производственного потенциала промышленного предприятия и его усовершенствование.

Поэлементный и пофакторный анализ состава, структуры экономического состояния, производственного потенциала приведет к мероприятиям текущего и перспективного характера по совершенствованию организационно-экономического механизма развития производственного потенциала промышленного предприятия в Украине, а именно: выявление резервов рыночной ситуации, научно-технического,

производственно-технического, стратегического и синергизма взаимодействия для достижения повышения текущего и перспективного дохода предприятия

Таким образом, проведенные исследования подтвердили тезис о решающем значении совершенствования организационно-экономического механизма производственного потенциала промышленного предприятия, что приведет к балансу синергизма взаимодействия и результатов.

Список использованных источников:

1. Анчишкин А. И. Прогнозирование роста экономики / А. И. Анчишкин. – М. : Экономика, 1996. – 98 с.
2. Мігай Н. Б. Управління виробничим потенціалом машинобудівних підприємств в умовах макроекономічної нестабільності / Н. Б. Мігай // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 7. – С. 124–128.
3. Донец Ю. Ю. Эффективность использования производственного потенциала / Ю. Ю. Донец. – К. : Знание, 1998. – 123 с.
4. Федонін О. С. Потенціал підприємства: формування та оцінка : навч. посіб. / О. С. Федонін, І. М. Репіна, О. І. Олексюк. – К.: КНЕУ, 2006. – 316 с.
5. Краснокутська Н. С. Потенціал підприємства: формування та оцінка : навч. посіб. / Н. С. Краснокутська. – К.: Центр навчальної літератури, 2005. – 352 с.
6. Лапін Є. В. Економічний потенціал підприємств промисловості: формування, оцінка, управління : автореф. дис. ... д-ра екон. наук: 08.07.01 [Електронний ресурс] / Є. В. Лапін. – Режим доступу : <http://www.dlib.com.ua>
7. Горяча О. Л. Управління виробничим потенціалом промислового підприємства : автореф. дис. ... канд. екон. наук: 23.01.07 [Електронний ресурс] / О. Л. Горяча. – Режим доступу : <http://referatu.com.ua/referats/7569/165067>

Бабенко І. І.

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана (Україна)

ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ ЛОГІСТИЧНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ У ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Сучасний етап розвитку економіки потребує нових підходів щодо вирішення бізнес завдань, що постають перед підприємством. Тому наразі особливої уваги у господарській діяльності організацій потребує інформаційна логістика, яка відіграє важливу роль у підвищенні економічної ефективності компанії.

Технологічний прогрес у 80-х роках разом із збільшенням попиту використання комп'ютерів при вирішенні завдань постачання товарів, спонукали безпосередній обмін даними та документацією між постачальником, компанією та покупцем. Це дозволило як покупцеві, так і постачальнику, отримувати інформацію набагато швидше, підвищуючи ефективність господарської діяльності та якість прийнятих рішень компанії [3, с. 131].

Створення єдиного інформаційного простору в організації є важливою складовою концепції інформаційної інтеграції, основна мета якої полягає в наступному:

- досягнення необхідного рівня інформаційної відкритості при визначенні потреби, ефективне використання потужностей та рівня запасів у ланцюгу поставки;
- оперативне прогнозування попиту;
- моніторинг логістичних бізнес-процесів і своєчасне визначення відхилень і порушень у функціонуванні ланцюга поставок [4, с. 292].

Основна інформаційна база організації формується на основі даних про замовлення споживачів, транспортної документації, стану запасів, замовлень підприємств на їх поповнення, рахунків фактур тощо; в свою чергу логістичний інформаційний канал включає в себе дані про учасників логістичної системи.

Різноманітні інформаційні потоки, які циркулюють всередині і між елементами логістичної системи, між логістичною системою і зовнішнім середовищем, утворюють логістичну інформаційну систему.

Логістичні інформаційні системи це відповідні інформаційні мережі, які функціонують, починаючи з вивчення вимог замовника, та охоплюють системи постачання, виробництва та розподілу; системи, що забезпечують зберігання та синхронізацію інформації, що потім використовується персоналом підприємства для прийняття логістичних рішень.

Так само як і будь-яка інша система, інформаційна система складається з впорядковано взаємозалежних елементів та володіє сукупністю інтегрованих якостей. Найчастіше інформаційні системи поділяють на дві підсистеми: функціональну та забезпечувальну [4, с. 292]. Логістична інформаційна система не є виключенням.

Забезпечувальна інформаційна система поєднує такі елементи: технічне забезпечення, інформаційне забезпечення та математичне забезпечення. Вона підтримує діяльність функціональної системи за допомогою технічних засобів, довідників, класифікаторів, що забезпечують обробку та передачу інформаційних потоків, а також вирішення функціональних завдань.

Що стосується функціональної системи, то вона складається з сукупності функціональних завдань, які об'єднанні в одне ціле задля досягнення загальної мети підприємства. Ці завдання зорієнтовані на основні цілі логістичної системи, а саме:

- реалізація необхідних обсягів доставки продукції в потрібне місце і у встановлені терміни;
- забезпечення необхідної якості послуг;
- підтримка на належному рівні запасів тощо [1, с. 106].

Різні джерела містять різні підходи до опису функцій логістичної інформаційної системи. Основні 5 основних функцій це облік складських запасів, облік постання товарів, облік продажів, введення звітності щодо комерційної діяльності; генерація облікової документації [2, с. 149]. Отже, основною метою описаних функцій це забезпечення вирішення всіх логістичних завдань підприємства.

Важливість застосування логістичних інформаційних систем полягає в тому, що вони об'єднують всю логістичну діяльність організації в єдине ціле, при цьому інтегруючи її в роботу інших підрозділів компанії, а то і за їх межі, забезпечуючи нероздільність загальних цілей підприємства.

Необхідною умовою ефективної інтеграції інформаційних систем в загальну систему управління підприємства є використання інформаційних технологій, до яких відноситься комп'ютеризація управління логістичними процесами, тобто масове використання комп'ютерів; розвиток засобів передачі даних, розробка стандартів передачі інформації, де вагоме місце посідають системи штрих-кодів, адже специфікою сучасної компанії є продаж широкої номенклатури товарів, і тому для здійснення цієї діяльності необхідна висока швидкість роботи з інформаційним потоком, що неможливо забезпечити лише за наявності людських ресурсів.

Список використаних джерел:

1. Алькема В. Г. Логістика. Теорія та практика : навч. посіб. / В. Г. Алькема, В. Г. Сумець. – К. : Видавничий дім «Професіонал», 2008. – 272 с.
2. Корниенко С. К. Автоматизированная логистическая система / С. К. Корниенко // Радіоелектроніка, інформатика, управління. – Запоріжжя, 2010. – С. 149.
3. Майкл Р. Линдерс. Управление снабжением и запасами. Логистика : пер. с англ. / Майкл Р. Линдерс, Харольд Е. Фирон. – СПб. : ООО «Издательство Полигон», 1999. – 768 с.
4. Формування ринкової економіки : зб. наук. праць. – Спец. вип. Маркетингова освіта в Україні. – К. : КНЕУ, 2011. – 706 с.

Березняк В. С., Свирипа Д. Р., Смирнова Т. А.

Днепропетровский национальный университет имени Олеся Гончара (Украина)

КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА ПРЕДПРИЯТИЙ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА ИСПАНИИ

На сегодняшний день одним из ведущих видов предпринимательства в Испании является гостиничный бизнес. В данной стране отельное дело относят к среднему и крупному бизнесу – это вызвано тем, что по размеру капиталовложений оно является относительно дорогостоящим «удовольствием» даже для испанских

бизнесменов. Но выбор ценовых предложений на отели и гостиничные комплексы в Испании довольно широкий. В Испании есть множество отелей разнообразных категорий, как по количеству звезд, так и по своему назначению. Отель в Испании вы можете не только забронировать, но и взять в аренду, заплатив предварительно «траспассо». При этом начинающий бизнесмен может «с нуля» зарегистрировать свою собственную фирму, а может «войти» в успешный гостиничный бизнес Испании, приобретя крупный отель с уже зарегистрированным юридическим лицом. С фирмой, уже продолжительное время имеющей свой знаменитый среди местного населения и иностранных туристов бренд, легко начать собственное дело. И зачастую это является наиболее верным решением, особенно если существующий бренд уже хорошо раскручен в гостиничном секторе и представлен на рынке многих туроператоров из других стран мира. В Испании сегодня очень часто практикуют сдачу крупных отелей в долгосрочную аренду. Приобретение прав аренды на заведение, имеющее все необходимое оборудование, профессиональный персонал, хорошо налаженный бизнес в данном секторе – все это включено в стоимость выкупа прав, называемое в настоящее время «траспассо». Предприниматель, покупающий «траспассо» в Испании, надежно защищен со стороны испанского законодательства так же, как и полноправный собственник гостиницы (это распространяется только на время аренды). Также этот бизнесмен имеет преимущество последующего продления аренды. В тоже время арендодатель гостиничного бизнеса имеет право выкупа аренды.

Среднемесячный прирост туристов в Испании в 2014 году составил 7%. Причем, приезжающие иностранцы посещают не только прибрежные регионы, но и центральную материковую часть страны. Великобритания по-прежнему остается основным поставщиком туристов в Испании, захватив четвертую часть рынка. В период с января по ноябрь 2014 года количество туристов из этой страны достигло 14,3 млн, почти на 5% больше, чем за аналогичный период 2013 года. Французы, итальянцы и бельгийцы также увеличили свое присутствие со стабильным ростом более чем на 10%. Среди стран – поставщиков туристов в Испанию только Россия утратила свои позиции. Если ранее, начиная с 2011 года, ежегодное увеличение количества прибывающих россиян составляло около 20%, то в 2014 году в период с января по ноябрь эта цифра упала на 9,7%.

Наблюдается эволюция потока туристов в центральную часть страны. Сюрпризом стало увеличение количества гостей в регион Мадрида, в частности, древнюю столицу Испании Толедо, Сеговию, Эскориал, Аранхуэс и другие культовые места. Значительно вырос поток иностранных туристов на Канарских островах (+9,2%), в Андалусии (+8%) и Каталонии (+7,3%) [2].

Таблица 1. Динамика туристических потоков в Испании за 2004–2014 гг. [3]

Год	Количество туристов, млн чел.	Прирост, по сравнению с прошлым годом, %
2004	52 430	–
2005	55 914	6,64 %
2006	58 004	3,73 %
2007	58 666	1,14 %
2008	57 192	-2,51 %
2009	52 178	-8,76 %
2010	52 677	0,95 %
2011	56 177	8,54 %
2012	57 701	2,71 %
2013	60 006	3,99 %
2014	64 009	6,7 %

Испания является страной, которая входит в топ-10 стран, которые хорошо развились с 2011 года: страна поднялась вверх на четыре места с момента последней оценки и на данный момент занимает 4 место. Испания продолжает лидировать по культурным ресурсам, занимая в 2014 году 1-е место в этой области из-за многочисленных объектов всемирного наследия, большого количества международных ярмарок и выставок также из-за большого и мощного спортивно-концертного комплекса. Туристическая инфраструктура Испании также очень сильная, большое количество гостиничных комнат, прокат автомобилей и банкоматы. Кроме того, инфраструктура воздушного транспорта также достаточно развита и занимает место в топ-10 по всему миру. За последние несколько лет Испания стала лучшей в нескольких областях. В частности, бизнес стал менее дорогим и обременительным, по данным Всемирного банка цены в отелях уменьшились. Правительство Испании заботится о развитии туризма, прилагает свои усилия к развитию маркетинговой деятельности и тратит средства на развитие туристической отрасли в условиях тяжелых экономических обстоятельств.

Глядя на статистику прошлых годов, можно сказать, что перспективы развития туризма в Испании в 2015 году будут достаточно высоки. Большое количество туристов-автолюбителей посетит Испанию в мае, так как 10 мая начинается Формула-1 – важнейшее и самое престижное событие в мире автогонок. Также с 08 августа 2015 по 18 ноября 2015 будет проходить Коррида в Испании, что привлечет немало туристов со всего мира. Наибольший пик наплыва туристов ожидается на июль и август, эти месяца отличаются жаркими температурами и самыми оптимальными условиями для пляжного отдыха.

У туристической отрасли Испании есть все инструменты для обеспечения конкурентоспособности, как на Европейском, так и на мировом рынке туристических услуг.

Список использованных источников:

1. Туры в Испанию и перспективы развития туризма [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://pobivaivezde.ru/tury-v-ispaniyu-i-perspektivy-razvitiya-turizma>
2. Прирост количества туристов, посетивших Испанию в 2014 году [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://newcosta.com/prirost-turistov-posetivshix-ispaniyu-v-2014-godu>
3. Отчет по конкурентоспособности в туристической отрасли [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www3.weforum.org/docs/WEF_TT_Competitiveness_Report_2013.pdf

Бєлоконенко М. Г.

Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

АНАЛІЗ СОБІВАРТОСТІ ПРОДУКЦІЇ ВИРОБНИЦТВА ВАТ «ДНІПРОМЕТИЗ» ТА ШЛЯХИ ЇЇ ЗНИЖЕННЯ

В умовах реформування економічної системи України, переорієнтування її ринків на ринки Євросоюзу та збільшення їх конкурентоспроможності особливої гостроти набула проблема витрат на виробництво продукції та пошук шляхів їх зниження [1, с. 340].

Важливим узагальнюючим показником витрат на виробництво продукції є витрати на гривню продукції (ресурсомісткість). Цей показник вигідний тим, що по-перше, є досить універсальним і може розраховуватися у будь-якій галузі виробництва, а по-друге, наочно показує прямий зв'язок між собівартістю продукції та прибутком підприємства.

В цьому дослідженні в умовах підприємства ВАТ «Дніпрометиз» проаналізована динаміка собівартості продукції підприємства з 2009 по 2014 роки. Показано, що витрати на гривню товарної продукції у 2010 році зросли, порівняно з 2009 роком, на 10,96 %. У 2011 році ситуація почала виправлятися, рівень показника почав спадати і перевищував рівень 2009 року на 3,53 %. У 2012 році рівень витрат на гривню товарної продукції знову зріс і перевищував рівень 2009 року на 11,34 %, що свідчить про неефективну роботу підприємства. У 2013 та 2014 роках рівень витрат на гривню товарної продукції теж був достатньо високим – 10,85 % і 9,0 % відповідно.

Витрати на гривню продукції залежать від зміни загальної суми витрат на виробництво і реалізацію продукції і від зміни вартості виробленої продукції. На загальну суму витрат впливають об'єм виробництва продукції, її структура, зміна змінних і постійних витрат, які можуть збільшитися або зменшитись за рахунок рівня ресурсомісткості продукції і цін на використані ресурси. Вартість виробленої продукції залежить від об'єму випуску, її структури і цін на продукцію.

Факторна модель питомих витрат (ПВ) на гривню продукції має вигляд [1, с. 230]:

$$PB = \frac{B_{3AG}}{BP} = \frac{\sum (VBB_{3AG} \cdot Y_{gi} \cdot B_i) + A}{\sum (VBB_{3AG} \cdot I_{gi} \cdot C_i)}, \quad (1)$$

де B_{3AG} – загальні витрати на виробництво продукції, грн;

ВП – валова продукція, грн;

ВВП – об'єм випуску продукції, т;

Y_{gi} – питома вага продукції у загальному випуску, т;

B_i – змінні витрати на одиницю продукції, грн;

A – сума постійних витрат на виробництво продукції, грн.

В доповіді представлена структурно-логічна модель факторного аналізу собівартості продукції.

Проведений факторний аналіз витрат на гривню товарної продукції за формулою (1) показав, що рівень фактичних витрат у порівнянні з плановим показником зменшується, в основному, за рахунок збільшення об'єму продукції, зменшення рівня змінних витрат та незначно, від зменшення рівня постійних витрат.

Таким чином показано, що витрати на одну гривню товарної продукції залежать від зміни загальної суми витрат на виробництво та реалізацію продукції та від зміни вартості виробленої продукції. Загальна сума витрат, у свою чергу, залежить від об'єму виробництва, його структури, величини постійних та змінних витрат. Постійні та змінні витрати, у свою чергу, залежать від ефективності використання ресурсів та цін на ресурси.

В цілому на відхилення фактичних витрат на гривню товарної продукції від планових у 2009-2014 роках вплинули наступні фактори:

- зміна об'єму та структури продукції. Так, з 2009 по 2013 роки, коли структура продукції була незмінною, витрати на гривню товарної продукції зменшувались завдяки зростанню об'єму випуску продукції, а в 2014 році, коли зменшився об'єм випуску продукції, витрати на гривню товарної продукції зменшилися за рахунок зміни структури продукції (випуск колючої сітки);

- зміни цін на продукцію: у всі роки (2009-2014 рр.) зростання цін на продукцію призводило до зменшення витрат на гривню товарної продукції;

- зміна об'єму змінних витрат: при збільшенні об'єму виробництва продукції зростають лише змінні витрати, а сума постійних витрат, як правило, не змінюється, в результаті чого знижуються витрати на гривню товарної продукції.

Таким чином при аналізі витрат на гривню товарної продукції були знайдені деякі невикористані резерви, до яких належать неповне використання виробничих потужностей підприємства, відновлення непрацездатних волочильних станів, що сприятиме зниженню трудомісткості продукції та збільшенню обсягу виробленої продукції. Крім того на даному підприємстві знаходяться транспортні засоби, які

повністю не використовуються. Їх можна віддати в оренду, що сприятиме зниженню витрат на їх експлуатацію і принесе підприємству додатковий прибуток у вигляді орендної плати.

Список використаних джерел:

1. Аакер Д. Стратегическое рыночное управление : пер. с англ. / Д. Аакер; под ред. Ю. Н. Каптуревского. – СПб. : Питер, 2004. – 344 с.
2. Богатирьев А. Собівартість продукції, як критерій оцінки рішень з управління виробництвом / А. Богатирьев // Регіональні перспективи. – 2003. – № 2-3. – С. 35–37.
3. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия : учеб. пособ. / Г. В. Савицкая. – 6-е изд., перераб. и доп. – Мн. : Новое знание, 2001. – 704 с. – (Экономическое образование).

Бичек В. Г.

Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНОГО ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ МІНЛИВОГО ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА

Ефективність діяльності економічних суб'єктів у значній мірі визначається їх стратегією розвитку. Підприємства, що надають увагу питанням стратегії, виявляються більш конкурентоспроможними і стійкими. Питання формування стратегії актуальні як для великих, так і для малих суб'єктів господарювання, як для державних підприємств, громадських організацій, так і для комерційних структур.

Проблема вибору стратегії розвитку підприємства є актуальною у зв'язку з необхідністю прийняття оперативних і стратегічних рішень в умовах невизначеності. Тому, з метою ефективного управління підприємством необхідно удосконалювати і розвивати наявні, а також розробляти нові підходи, що враховують особливості трансформаційного періоду економіки України. На даний момент немає єдиного підходу до формування стратегій розвитку, тому необхідно розробляти нові концепції, які б дозволяли в сучасних умовах оцінити ефективність вибраної стратегії та рівень її адаптації до зовнішнього середовища [1].

Сучасна теорія стратегічного управління містить різні погляди на підходи та методи розробки та втілення стратегічних рішень, але прихильники усіх напрямків визнають: важко переоцінити роль керівника та вищого управлінського персоналу. Складність загальної ролі менеджменту є такою, що сам по собі вищий менеджмент хорошої якості є потенційним джерелом сталої конкурентної переваги [2].

За сучасних умов єдиного підходу до формування стратегії не існує. У зв'язку з цим необхідно проаналізувати погляди різних вчених щодо формування стратегії.

Таблиця 1. Основні підходи до формування стратегії розвитку

Автор	Характеристика підходу
Бланк І.О.	Виділяє вісім етапів розроблення: 1) визначення загального періоду формування стратегії; 2) дослідження факторів середовища; 3) оцінка сильних і слабких сторін діяльності організації; 4) комплексна оцінка стратегічної позиції організації; 5) формування стратегічних цілей діяльності; 6) розроблення цільових стратегічних нормативів діяльності; 7) прийняття основних стратегічних рішень; 8) оцінка розробленої стратегії, а також два етапи реалізації стратегії: забезпечення реалізації стратегії і організація контролю за її реалізацією [6]
Ансофф І.	Передбачає оцінку рівня мобілізації можливостей, що реалізується за таким порядком: аналіз окремих факторів, які організують поточний потенціал організації; визначення потенціалу, необхідного для реалізації «оптимальної» стратегії; розрахунок співвідношення бальних оцінок, які характеризують відповідність наявних можливостей оптимальним [3]
Довгань Л. Є.	Виділяє загальну ефективність організації: показники ефективності організації, оцінки результативності організації, аналіз зростання масштабів діяльності, оцінка підвищення вартості організації [7]
Лещенко М. М.	Виділяє комплексну оцінку ефективності стратегії, що складається з оцінки конкурентоспроможності підприємства та оцінки ефективності стратегії [8]
Падерін Н. Д.	Передбачає такі етапи: 1) визначення головної цілі/місії стратегії підприємства; 2) аналіз внутрішнього та зовнішнього середовища; 3) оцінка конкурентоспроможності підприємства чи продукції; 4) розробка варіантів стратегії; 5) оцінка та вибір оптимального варіанта стратегії; 6) оформлення та затвердження стратегії як документа; 7) реалізація розробленої стратегії; 8) оцінка виконання стратегії/місії [9]
Масленніков О. Ю.	Виділяє наступне: 1) визначення періоду реалізації стратегії; 2) визначення стратегічних цілей діяльності підприємства; 3) розробка фінансової політики; 4) уточнення цілей стратегії; 5) оцінка розробленої стратегії та її виконання [10]
Франшон Ж., Романе І.	Передбачають побудову матриці, яка ґрунтується на розрахунку трьох коефіцієнтів: результат господарської діяльності, результат діяльності, результат фінансово-господарської діяльності. Матриця стратегій дає змогу визначати поточне положення підприємства стосовно фінансового ризику, розглядати ситуацію в динаміці та прогнозувати зміни стратегії [11]

Отже, на нашу думку, спільні риси притаманні всім підходам: визначення місії (сфери діяльності), аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища, формулювання цілей стратегії та їх досягнення, розробка й виконня стратегічного плану, проекту та програми. На практиці процес стратегічного управління не має таких відокремлених один від одного етапів. Тому в залежності від особливостей сфери, в якій функціонує підприємство, та особливостей зовнішнього середовища, необхідно обирати конкретний підхід формування стратегії.

Різка зміна умов дії вітчизняних підприємств, вимоги, що висували ринкові відносини та стан вітчизняної економіки, поставили перед ними першочергові завдання – адаптації та виживання у нових умовах.

Зовнішнє середовище окремого підприємства складається із макросередовища і мікросередовища. Аналіз зовнішнього середовища являє собою процес, за допомогою якого розробники стратегічного плану контролюють зовнішні, стосовно організації, фактори, щоб визначити можливості і загрози для підприємства. Основне призначення аналізу зовнішнього середовища – виділити істотні фактори, що найбільшою мірою впливають на успіх діяльності фірми, і постійно контролювати їх зміни з метою передбачення нових можливостей, що відкриваються, і потенційних загроз. Результати аналізу дозволяють фірмі вчасно спрогнозувати появу загроз і можливостей, розробити сценарії розвитку тієї або іншої ситуації і стратегію реалізації місії та досягнення цілей організації [4].

При розробці стратегії розвитку підприємства необхідно враховувати особливості факторів зовнішнього середовища, а саме:

- Економічні фактори: Загальні економічні положення, рівень і напрямки розвитку, темпи інфляції і дефляції, рівень зайнятості населення, бюджетний баланс, стабільність курсу гривні, ставки за кредитами, податкові ставки.

- Соціально-культурні фактори: структура суспільства (класи, етнічні групи, меншості, поділ за особистими доходами), умови життя різних соціальних груп, соціальна напруженість у суспільстві, рівень пропозиції на ринку робочої сили, соціальні і релігійні традиції, рух на захист прав споживачів, активність професійних спілок на захист прав трудящих, організації соціального плану, їхня роль і вплив, суспільні цінності, установки, відносини, очікування і мораль.

- Політичні фактори: політична система і життя, вплив політики на управління, розподіл повноважень федеральних, муніципальних і місцевих органів влади, митна політика, антимонопольна політика, пільги і вільні економічні зони, інвестиційна політика, політика приватизації, кредитна політика.

- Виробничо-технологічні фактори: стан зовнішніх ланок системи розвитку, темпи відновлення технології, можливості технологічних розробок, рівень технології конкурентів, стан виробництва на зовнішніх для організації ділянках технологічних ланцюгів, зміни в технології збору, обробки і передачі інформації, у засобах зв'язку.

- Фактори ринку: динаміка попиту та пропозиції, доходи різних соціальних груп, інтенсивність конкуренції, форми ринку в зацікавленій сфері діяльності, життєві цикли попиту, ціни на фактори виробництва, ринок праці, місткість ринку, життєві цикли різних видів товарів і послуг.

Таким чином, при розробці стратегії розвитку підприємства необхідно враховувати різні підходи до формування стратегії, в залежності від характеристик

галузі в якій функціонує підприємство, та фактори зовнішнього середовища: економічні фактори, соціально-культурні фактори, політичні фактори, виробничо-технологічні фактори, фактори ринку, фактори конкуренції. Узагальнюючи всі підходи та фактори вважаємо, що стратегія повинна сприяти розвитку діяльності підприємства, ефективному використанні фінансових ресурсів, формуванню резервів та підвищенню потенціалу підприємства за умов коливань ринкової кон'юнктури.

Список використаних джерел:

1. Василенко В. О. Стратегічне управління підприємством : навч. посіб. / В. О. Василенко, Т. І. Ткаченко; за ред. В. О. Василенка. – 2-ге вид., виправл. і доп. – К. : ЦНЛ, 2004. – 400 с.
2. Шершньова З. Є. Стратегічне управління : навч. посіб. / З. Є. Шершньова, С. В. Оборська. – К. : КНЕУ, 1999. – 384 с.
3. Ансофф И. Стратегическое управление : пер.с англ. / И. Ансофф. – М. : Экономика, 1989. – 519 с.
4. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия / И. Ансофф. – СПб. : Питер Ком., 1999. – 416 с.
5. Боумэн К. Основы стратегического менеджмента : пер. с англ. / К. Боумэн. – М. : Банки и биржи, ЮНИТИ, 1997. – 175 с.
6. Фінансова стратегія підприємства : монографія / І. О. Бланк, Г. В. Ситник, О. В. Корольова-Казанська та ін. – К., 2009. – 147 с. – Бібліогр.: С. 141-146.
7. Довгань Л. Є. Стратегічне управління : навч. посіб. / Л. Є. Довгань, Ю. В. Каракай, Л. П. Артеменко. – К. : Центр навчальної літератури, 2009. – 440 с.
8. Лещенко М. М. Формування стратегії у міжнародному бізнесі / М. М. Лещенко // Зб. наук. праць Черкаського державного технологічного університету. – Черкаси, 2010. – № 25. – С. 78–81.
9. Падерин Н. Д. Стратегическое планирование на промышленном предприятии / Н. Д. Падерин, Л. М. Полевая // Вісник економічної науки України. – 2008. – № 2. – С. 129–131.
10. Масленніков О. Ю. Фінансова стратегія та планування в умовах становлення ринку / О. Ю. Масленніков, А. Я. Шпачук // Науковий вісник НЛТУ України : зб. наук.-техн. праць. – Л. : НЛТУ України. – 2007. – Вип. 17.3. – С. 260–262.
11. Дорофеев М. Л. Особенности применения матрицы финансовых стратегий Франшона и Романа в стратегическом финансовом анализе [Электронный ресурс] / М. Л. Дорофеев. – Режим доступа : <http://www.1-fin.ru/?id=417>. – Название с экрана.

Вакуленко І. О., к. т. н. Куценко В. Й.

Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ПРОЦЕСИ ВПРОВАДЖЕННЯ МОРАЛЬНО ЕТИЧНИХ ПІДХОДІВ ДО КЕРУВАННЯ ЕКОНОМІКОЮ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

У сучасному світі проблематика морально-етичних підходів у економіці є надзвичайно важливою. Це пояснюється тим, що протягом довгого періоду часу українська економіка знаходиться в стані кризи, відбувається постійне скорочення кількості робочих місць та обсягу виробництва всіх груп товарів на території

України, які замінюються на імпорتنі товари з інших держав. Такий стан речей не може продовжуватися безкінечно [1, с. 15].

Таким чином, постає питання про необхідність кардинальної зміни підходів до управління економікою та поступову зміну існуючої кінцевої мети бізнесу – максимізації прибутку в найкоротший час до напрямку діяльності, який можна охарактеризувати як орієнтацію на впровадження морально-етичних підходів до економічного процесу. Для цього необхідно провести процес інституалізації етики та моралі в організаціях різних рівнів, інтенсифікувати динаміку його зростаючого впливу в парадигмі цінностей сучасного менеджменту. Ця ситуація зумовлена тим, що довгий час морально-етичні підходи знаходилися поза увагою сфери фінансово-економічного аналізу.

У той самий час варто розуміти, що моральні норми господарювання виступають в якості ефективних факторів впливу на поведінку економічних партнерів, суб'єктів економіки та, таким чином, впливають на загальний результат економічної діяльності в контексті сучасних підходів до керування економічними процесами в кризовій ситуації. Цілком зрозуміло, що в багатьох випадках морально-етичні підходи та норми поведінки вірогідно суттєво впливають на результат успішного управління економічними процесами [2, с. 13]. Проте, прояви негативних форм поведінки в рамках економічного процесу та наявність негативних впливів на глобальні процеси, що мають місце в процесі економічної діяльності, як окремого суб'єкта, так і на рівні всієї держави, можуть суттєво впливати на поведінку економічних агентів, що приймають участь в процесах, пов'язаних з інтеграцією морального способу господарювання в структуру економіки. Не має жодних сумнівів у тому, що морально-етичні підходи, якими будуть керуватися управлінці, мають на меті забезпечити взаємодовіру, що буде основою суттєвого зниження витрат на економічну взаємодію між господарськими суб'єктами. Як правило, наявність моральних відносин у взаємодії є вигідним для організацій.

Дане окреслення проблеми ставить питання про складність впровадження морально-етичних норм та соціально відповідальних підходів, як основних інструментів при розгляді бізнес-процесів, в усі галузі економічної діяльності [3, с. 3]. Це зумовлено тим, що на глобальному рівні та в межах діяльності окремо взятого суб'єкта господарювання діють різні методи та засоби визначення того, що є ефективним та таким, що заслуговує до уваги. Сучасна теорія людського капіталу дозволяє по-новому подивитися на проблему взаємодії морально-етичних аспектів поведінки індивіда та їх раціональності з точки зору економічних підходів.

Відповідно до сучасних тенденцій морально-етичний підхід може аналізуватися як форма роботи ціннісної складової людського капіталу. Економічні агенти можуть опинитися в ситуації, коли вони повинні понести суттєві моральні

витрати пов'язані з участю в тій чи іншій діяльності, і, як наслідок, можуть відмовитися від такої діяльності. У сучасній теорії економічного аналізу така поведінка може розглядатися як нераціональна, однак насправді більш вигідна [4, с. 2]. Це пов'язано з тим, що сучасні підходи не враховують всіх аспектів, які впливають на поведінку економічного агента в ситуації моральної взаємодії, а саме впливів, що пов'язані з віддаленими наслідками такої діяльності в сенсі більш загального підходу до економіки як такої. Серед інших аспектів, що суттєво впливають на загальну характеристику економічних процесів, слід звернути увагу на необхідність докорінної зміни категоріального апарату, яким керуються при прийнятті рішень та підчас розгляду економічних процесів суб'єкти господарювання. Місією підприємств України в сучасних умовах ринкової економіки є максимізація прибутку в найкоротший час. Такий підхід не виправдав себе, про що свідчить ціла низка показників як на мікро-, так і на макрорівнях. Тому, на нашу думку, доцільно розглядати необхідність провадження в найкоротші терміни докорінних змін, які будуть стосуватися морального підходу до визначення мети діяльності економічних агентів та етики як основного способу дії при її реалізації [5, с. 529]. Таким чином, у недалекій перспективі це дозволить вийти на новий рівень у сфері забезпечення першочергових економічних прав суб'єктів господарювання. Першочергово необхідно впровадити інститут чесної торгівлі, забезпечити гармонійне співвідношення ціни і якості товарів та послуг, доступні ціни нижньому класу споживачів за доходами; збалансувати співвідношення між експортом та імпортом, втілюючи принцип самодостатності; чутливо контролювати співвідношення між залученими та власними фінансовими ресурсами, поступово переходячи на принцип самофінансування.

Список використаних джерел:

1. Агеев А. І. Підприємництво: проблеми власності та культури / А. І. Агеев. – М. : Наука, 1991. – 112 с.
2. Афанасенко І. Д. Філософія підприємництва / І. Д. Афанасенко / Філософія господарства. – 2004. – № 4. – С. 199-220.
3. Борисова Т. В. Філософський аналіз підприємницької діяльності: Онтологічний і соціально-антропологічний аспект / Т. В. Борисова. – Самара, 2003. – 264 с.
4. Журавльов А.Л. Міждисциплінарність економічної психології і критерії оцінки її стану // Загальні питання економічної психології. – 2009. – № 1. – С. 11–17.
5. Міллер Д. Основи політичної економії з деякими додатками до соціальної філософії. – М. : Эксмо, 2007. – 1040 с.

Винничук Д. В., Рябик Г. Є.

Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

РЕНТАБЕЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ ТА ШЛЯХИ ЇЇ ПІДВИЩЕННЯ

Подолання наслідків фінансової кризи та подальше економічне зростання будь-якого підприємства залежить від вирішення проблем підвищення ефективності виробничої діяльності, підвищення конкурентоспроможності продукції. Саме досягнення ефективної виробничо-господарської діяльності і, як наслідок, зростання прибутковості являється гострою проблемою в кризових умовах для підприємств України, більшість з яких на сьогоднішній день збиткові або малорентабельні. Більший прибуток забезпечує ефективний розвиток підприємства, надає можливості для розширення діяльності виробництва, тому головним показником ефективності є рентабельність – один із головних вартісних показників ефективності виробництва, який характеризує рівень віддачі активів і ступінь використання капіталу у процесі виробництва.

Дослідженням підвищення прибутковості (рентабельності) підприємства в сучасних економічних й політичних умовах займались багато видатних вчених: В. І. Іващенко [1], С. Г. Колесніва [2], М. А. Болюх [3], В. П. Савчук [4], та інші. Дослідження праць зазначених науковців дає можливість узагальнити теоретичні основи підвищення рентабельності, як основного показника ефективної господарської діяльності в сучасних умовах.

Рентабельним є підприємство, яке в результаті своєї діяльності має прибуток. За словами В. І. Іващенко – в сучасних умовах жорсткої ринкової конкуренції та нестабільної економіки, головною метою кожного підприємства є приваблення покупця своєю продукцією, щоб товари користувались попитом, для цього треба уважно стежити за фінансовим станом, оптимально організувати виробничу діяльність і простежувати економічні показники [1]. Одним із головних показників ефективності діяльності підприємства – є показник рентабельності, яких характеризує співвідношення між прибутком і понесеними витратами. Якщо неефективно використовувати фінансові ресурси підприємства це в решті призводить до зниження платоспроможності підприємства, а отже як наслідок, знижується рентабельність – саме це і є проблемою сучасних підприємств України.

Рентабельність – є мірою прибутковості, дохідності, вигідності. На відміну від прибутку, показники рентабельності характеризують кінцеві результати роботи підприємства, тому що їх значення відображають відношення ефекту з залученим капіталом або використаними ресурсами. Даний показник використовують при інвестуванні та в ціновій політиці на підприємстві.

Можемо поділити показники рентабельності на такі групи: (показники рентабельності капіталу, показники рентабельності продукції, показники, які розраховуються на основі наявних грошових коштів).

Як зазначає економіст С. Г. Колесніва, в ході аналізу треба визначити виконання плану за даними показниками, їх динаміку і порівняти з конкурентами. Після цього слід проаналізувати динаміку рентабельності та чинники, які на неї вплинули. Рівень рентабельності виробничої діяльності, який обчислюється по підприємству, залежить від тих чинників: собівартості продукції, обсягу реалізації, структури реалізованої продукції та її середніх цін реалізації [2].

Задля підвищення рівня прибутку, а отже і рентабельності В. С. Дієсперова виділяє два шляхи розвитку підприємств:

Екстенсивний розвиток підприємства це більш легкий, але малоефективний спосіб розвитку виробництва за рахунок кількісного збільшення таких факторів як людські ресурси, матеріальні ресурси, капіталовкладення без підвищення якості цих ресурсів. При такому підході витрати неодмінно збільшуються, а результат або не змінюється, або завдає збитків.

Інтенсивний шлях розвитку представляє собою збільшення обсягів виробництва за рахунок раціонального використання його ресурсів. Це означає що при такому підході впроваджуються нові технології, поліпшується організаційна структура, підвищується кваліфікація працівників, оптимізується використання основних та оборотних фондів, прискорюється їх оборотність та амортизація. В такий спосіб досягається більш висока якість продукції, зростає продуктивність праці, ресурсозбереження, підвищення ефективної віддачі матеріальних ресурсів. Ці заходи реалізуються за рахунок проектів по енергозбереженню, заходів зниження трудомісткості та матеріаломісткості і т. ін. [4].

Для успішного розвитку підприємства необхідно комплексно вивчати відношення об'ємів виробництва та реалізації продукції до витрат та прибутку.

Резерви зростання прибутку та рентабельності підприємств пов'язані з напрямками управління, для керівників та менеджерів-спеціалістів, важливим є детальне вивчення масштабів дій, методів контролю та використання найбільш значущих внутрішніх і зовнішніх факторів ефективності на різних рівнях управління діяльністю підприємства – відмічає М. А. Болух [3].

Отже, за даними проаналізованих джерел можна зробити висновок, що рентабельність підприємства великою мірою залежить від оборотності капіталу. Підвищення показників рентабельності здійснюється за рахунок зменшення витрат, впровадження новітніх технологій, підвищення кваліфікації працівників та оптимізації процесу виробництва, поліпшення збуту та реалізації продукції. По показниках середніх рівнів рентабельності визначають господарські підрозділи які

є найбільш прибутковими. Це набуває особливої важливості в ринкових умовах сьогодення коли стійкість підприємства залежить від профілю і концентрації виробництва.

Список використаних джерел:

1. Іващенко В. І. Економічний аналіз діяльності підприємств / В. І. Іващенко, М. А. Болюх. – К. : ВАТ «Нічлава», 2008. – 180 с.
2. Економічний аналіз : навч. посіб. / за ред. проф. Ф. Ф. Бутинця. – Житомир : ПП «Рута», 2008. – 573 с.
3. Болюх М. А. Економічний аналіз : навч. посіб. / М. А. Болюх. – К. : КНЕУ, 2007. – 497 с.
4. Савчук В. П. Економічний аналіз: ППК / В. П. Савчук. – К. : Урожай. – 225 с.

Джинджоян В. В., Чередниченко О. В.

Днепропетровский национальный университет имени Олеся Гончара (Украина)

АНАЛИЗ МОТИВАЦИИ НА МАЛОМ ПРЕДПРИЯТИИ

Мелкие и крупные предприятия имеют разную «среду обитания». Крупные успешно функционируют в условиях массового производства продукции и стабильной номенклатуры изделий, имеют дело с оптовыми покупателями. Малые предприятия ориентируются на изготовление продукции мелкими партиями, выполнение индивидуальных заказов, использование отходов производства, вторичного сырья, скромные ресурсные запасы, обслуживание индивидуальных клиентов. Сферы их деятельности обычно не пересекаются.

На малых предприятиях устанавливаются неформальные отношения в трудовом коллективе. Благодаря отсутствию формальных структур предельно упрощается система принятия управленческих решений, возрастает степень личного участия руководителей в деятельности всех работников фирмы. Глава предприятия нередко сам занимается бухгалтерским учетом, анализом коммерческой деятельности, финансами, снабжением и сбытом, ценами и рекламой. Ликвидируется бюрократия присущая крупным предприятиям, люди реально причастны к управлению предприятием, распоряжению доходом, решению социально-бытовых проблем. Малым предприятиям присуща быстрота освоения и внедрения новых технологий производства. Малым предприятиям в большей мере, чем крупным присущи независимость, дерзость мысли и поступков, умение бороться с консерватизмом, рутинной, застоем. Нетривиальные решения, экспериментирование, мотивация риска.

В теории все эти положительные отличия должны упрощать как управление мотивацией, так и управление предприятием в целом. Данные проведенных

исследований позволяют сделать следующие выводы: руководство, как правило, не считает нужным иметь в штате высокопрофессионального менеджера, поскольку менеджер – дорогой работник. Многие полагают, что в маленькой фирме все основное способен делать сам владелец. На деле же владелец-директор чаще всего оказывается неумелым руководителем, хотя при этом он нередко является хорошим профессионалом в области, в которой ведет свой бизнес. Очень часто персонал комплектуется из числа знакомых и родственников без учета их деловых качеств, соответствующего образования и навыков в работе. Сложилось мнение, что «свой» не предаст и не подведет. При этом не просчитываются урон, нанесенный некомпетентностью, а также сложности в отношениях, когда смешиваются деловые и родственные связи. Зарботная плата чаще всего четко фиксирована, оговорена при приеме и не связана с результатом деятельности предприятия. Это объясняется невозможностью, оценить реальный вклад каждого работника в результат деятельности предприятия, нежелание руководства платить достойную заработную плату наемным работникам.

Получение быстрой выгоды – основная цель владельца. У работников нет чувства уверенности в завтрашнем дне, они чувствуют себя не защищенными. Усиливает этот эффект и тот факт что мелкие предприятия обычно дают меньше своим работникам в плане социальных льгот, в организации питания, отдыха, лечения, в дополнительных выплатах в сравнении с крупными предприятиями. Неоправданная продолжительность рабочего дня. Это объясняют нехваткой кадров, низкой квалификацией работников, плохой организацией труда, неудовлетворительным оборудованием рабочих мест. Частая смена кадров из-за длительности рабочего дня, недостаточной оплаты за труд, невозможности профессионального роста, неуверенности в завтрашнем дне. Внутренняя готовность руководителя – директора прекратить работу фирмы в любое время.

Из выше описанных положительных сторон малых предприятий в теории и негативных на практике следует, что работа по мотивации персонала должна быть нацелена на устранение отрицательных факторов и применение положительных, перспективных особенностей. Безусловно, именно на малом предприятии можно в полной мере применять весь спектр методов мотивации. Мотивация на малом предприятии главным образом ложиться на плечи менеджера. Главное требование, которое должно применяться к нему – умение работать с людьми, добиться их заинтересованности в постоянном и последовательном повышении экономических результатов функционирования малого предприятия.

Мотивация должна осуществляться через индивидуальный подход по возможности к каждому сотруднику предприятия, следует выявить то, что является доминирующим для него. Стоит уяснить, что общий план мотивации сотрудников

на малом підприємстві завжди дасть менше віддачі, ніж індивідуальний для кожного співробітника в частині. Один із способів це зробити – делегування повноважень, цілей і завдань кожному співробітнику при розробці загального плану або проекту. Другий спосіб – надати підлеглим можливість самостійно виробляти власні стратегічні завдання і плани.

В заключенні варто відзначити, що багато власників малих підприємств вважають, що економічних методів мотивації персоналу достатньо для побудови ефективної системи мотивації. Безумовно економічні методи це сильний інструмент для побудови системи мотивації, але ефект від їх використання часто виявляється половинчастим і не вирішує всіх поставлених завдань. Формат малого підприємства дає широкий спектр можливостей для використання як економічних, так і соціально – психологічних методів і при розробці моделі мотивації персоналу малого підприємства слід уникати від потреб людини і досягати від системи мотивації того, щоб вона максимально задовольняла ці потреби.

Дікунов О. О., к. е. н. Скрипник Н. Є.

Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

РОЗРОБКА СТРАТЕГІЇ ЗАПОБІГАННЯ БАНКУРТУВУ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ МІНЛИВОГО ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА

В умовах сучасного розвитку економіки, останнім часом рівень підприємств, які не мають змоги вчасно виконувати свої як зовнішні, так і внутрішні зобов'язання постійно зростає. Банкрутство характеризує неспроможність підприємства задовольнити вимоги кредиторів щодо оплати товарів, робіт, послуг, а також забезпечити обов'язкові платежі до бюджету. І все більшої кількості підприємств доводиться стикатися з даною проблемою. Саме неплатоспроможність, збитковість, криза платежів, і як наслідок банкрутство, є сьогодні характерними для більшості українських підприємств.

Актуальність даної теми зумовлена різкою необхідністю розроблення комплексу профілактичних заходів цілеспрямованого характеру для оздоровлення фінансово-економічної ситуації, що склалася в економіці України за останні роки. Неплатоспроможність суб'єктів господарювання спричиняє проблеми, пов'язані зі збереженням технологічної цілісності, підтримкою соціальної сфери, стабільністю податкових надходжень. Саме розвиток сфери виробництва засобів виробництва є необхідною умовою виходу економіки країни з кризового стану.

До сих пір не існує чітких визначень поняття «банкрутство». Багатьма дослідниками і у різні часи воно тлумачиться по-різному. Закон України «Про банкрутство», що був чинним до 1 січня 2000 року, під банкрутством трактував зв'язану з нестачею активів у ліквідній формі неспроможність юридичної особи суб'єкта підприємницької діяльності задовольнити у встановлений для цього строк пред'явлені до нього з боку кредиторів вимоги і виконати зобов'язання перед бюджетом [4].

На думку В. Іорданова, банкрутство – процес, коли майно індивідуума чи організації, нездатної оплатити борги, забирається за рішенням суду і справедливо розподіляється між кредиторами після попередніх сплат, таких як податки і заробітна плата працівникам організації-банкрута [1, с. 18].

За Г. В. Савицькою, банкрутство підприємства – це визнана господарським судом неспроможність боржника відновити свою платоспроможність та задовольнити визнані судом вимоги кредиторів не інакше як через застосування ліквідаційної процедури [2, с. 11].

З економічної точки зору банкрутство є неспроможністю продовження суб'єктом своєї підприємницької діяльності внаслідок її економічної нерентабельності, безприбутковості. Суб'єкт підприємництва має стільки боргів перед кредиторами і зобов'язань перед бюджетом, що коли їх вимоги будуть пред'явлені у визначені для цього строки, то майна суб'єкта – активів у ліквідній формі – не вистачить для їх задоволення.

Розробка методології запобігання банкрутству має базуватися на стратегічному підході до управління діяльністю підприємства з врахуванням особливостей та обмежень.

Важливо розрізняти тактику і стратегію запобігання банкрутства підприємства.

Тактика орієнтована на фактичний фінансовий стан фірми в поточний період та оцінку вірогідності настання банкрутства в найближчий період часу.

Стратегія виходить з прогнозів можливих наслідків стратегічних довгострокових рішень, тому найважливішою функцією стратегії запобігання банкрутству є прогнозування таких наслідків на ранніх етапах діяльності – з моменту вибору місії фірми [3].

Стратегія запобігання банкрутству розглядається як постійна складова загальної стратегії підприємства, яка має визначати методи вибору стратегічних рішень у рамках товарної, цінової, інвестиційної та інших складових економічної стратегії для створення передумов стійкого розвитку, недопущення розвитку кризи, створення та підтримки високого рівня конкурентної переваги. Її головним завданням визнається завчасне виявлення кризових тенденцій за допомогою так званих «слабких сигналів», які провіщують можливість кризових явищ, і визначення заходів, які б протидіяли цим явищам.

Таблиця 1. Індикатори, що формують рейтинг «Банкрутство (закриття бізнесу, вирішення неплатоспроможності)», позиція України в рейтингу «Doing Business-2014» [5]

Індикатор	Україна	Європа та Центральна Азія	ОЕСР
Час (у роках) – середня тривалість ліквідації підприємства	2,9	2,3	1,7
Вартість (відсотків від середньодушового доходу) – середні витрати на процедуру банкрутства, у відсотках вартості майна боржника	42	13	9
Коефіцієнт стягнення (центи на долар), %	8,2	37,1	70,6

Таблиця 2. Позиція України у рейтингу ведення бізнесу «Doing Business» 2009–2014 рр. [5]

Параметр	2009 р.	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.
Складність ведення бізнесу, загальна оцінка	145	147	149	152	137	112
За субіндексами:						
започаткування бізнесу	128	136	118	116	50	47
реєстрація власності	140	160	165	168	158	97
сплата податків	180	181	181	183	168	164
підключення до мережі електропостачання			169	170	170	172
виконання зобов'язань за контрактом	48	43	44	44	45	45
банкрутство (закриття бізнесу, вирішення неплатоспроможності)	143	145	158	158	157	162
отримання кредиту	28	30	21	23	24	13
дозвільна система у будівництві	179	181	182	182	186	41
зовнішня торгівля	121	139	136	144	148	148
захист прав інвесторів	142	108	108	114	127	128

Схема функціонування системи запобігання банкрутства можна подати у вигляді трьох етапів.

На першому етапі відбувається формування основних елементів системи запобігання банкрутству.

На другому етапі проводиться аналіз альтернативних рішень у разі виникнення ризиків банкрутства, оцінюється рівень потенціалу підприємства, ефективність використання внутрішніх методів мінімізації ризиків банкрутства.

На третьому етапі відбувається прийняття рішення щодо шляхів розвитку, збереження або ліквідації підприємства. Пропонуються фінансові методи та інструменти щодо підтримки підприємств та запобігання їх банкрутству.

Таким чином, стратегія запобігання банкрутства підприємства є узагальненням усіх складових загальної економічної стратегії підприємства. Вона повинна містити у собі стратегічні заходи у сферах товарної політики і ціноутворення,

інноваційної та інвестиційної діяльності, поведінки підприємства на ринку, взаємодії з іншими підприємствами, розглянути усі ризики, які здатні привести до банкрутства, а також використати усі внутрішні та зовнішні підходи для його уникнення.

Список використаних джерел:

1. Іорданов В. Банкрутство. Ліквідація / В. Іорданов // Все про бух облік. – 2010. – № 60. – С. 18–20.
2. Савицька Г. В. Економічний аналіз діяльності підприємства / Г. В. Савицька. – К. : Знання, 2004. – 225 с.
3. Наливайко А. П. Теорія стратегії підприємства / А. П. Наливайко / Сучасний стан та напрямки розвитку, 2009. – 227 с.
4. Закон України «Про банкрутство» [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/784-14>
5. Всемирный Банк [Електронний ресурс] : офіц. веб-сайт. – Режим доступу : <http://russian.doingbusiness.org/data/exploreeconomies/ukraine>

Дрига В. С.

Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

СОЦІАЛІЗАЦІЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЯК СУЧАСНИЙ НАПРЯМ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Соціалізація підприємницької діяльності – одна зі складових процесу світової економічної трансформації. В основі економічної трансформації знаходиться інтеграція приватних і суспільних начал. Вона проявляється в соціальній переорієнтації виробництва, гуманізації праці і життя людей, зміні структури попиту і споживання, розвитку соціальної сфери і людської особистості, умовах розвитку людини. Тому необхідно визначити інфраструктуру соціалізації економіки, оскільки соціального розвитку без неї не досягти.

Інфраструктура є важливим елементом суспільного виробництва. Процес сучасного розширеного відтворення забезпечується елементом суспільного виробництва. Її розвиток визначається не лише потребами виробництва, а й попитом на приватні та суспільні блага, які надають держава для невиробничого споживання та соціальна сфера. В результаті ускладнення ієрархії суспільних потреб цей попит постійно змінюється, і тому в розвитку інфраструктури проявляється взаємодія економічної і соціальної сфер суспільного життя, що потребує вивчення всіх її аспектів [3]. Держава у сучасних умовах має забезпечувати реалізацію таких загально цивілізаційних цінностей, як людська гідність (рівність можливостей та мінімальний рівень споживання), економічна ефективність, збільшення рівності

здобутків, свободу (вибору й здійснення підприємницької діяльності, конкуренції, отримання й поширення інформації, вибору місця проживання тощо), а також збереження інституційних цінностей (сім'ї, національного суверенітету держави та ін.). Оптимальне співвідношення наведених вище складових соціально-економічного розвитку обумовлює раціоналізацію інструментів та методів державної політики. Використання методів реалізується переважно через механізми розподілу та перерозподілу благ у суспільстві, а також систему соціальних трансфертів.

Соціалізація повинна передбачати всебічний доступ до соціальних послуг через надання грошових виплат на задоволення соціальних потреб, державних кредитів унаслідок обмеженості ресурсів тільки для осіб з незначними доходами, а також до гарантованого мінімуму заробітної плати. З кардинальними проблемами економічної реформи тісно пов'язані проблеми розвитку соціальної сфери. Соціалізація економіки в країні повинна бути спрямована на виявлення потенціалу людської особистості.

Соціальна орієнтація економіки в країні має враховувати людські і матеріальні ресурси, екологічну обстановку, національну своєрідність і традиції. З розвитком суспільства змінюється все. Не тільки природні умови чи запаси ресурсів, а й людські потреби, індивідуальність цільової функції суспільства обумовлює необхідність переоцінювання співвідношення складових економічного розвитку.

Також є ще один шлях соціалізації економіки це суб'єктно-підприємницький. Його тлумачать як шлях сприяння соціалізації економічної сфери. Підприємці розуміють, що не виконання соціальних вимог робітників, веде до втрат робочої сили (перехід робітників до інших роботодавців), масових заворушень та страйків, ідуть на зустріч інтересам робітничого класу, застосовують на своєму виробництві більш справедливі норми і стандарти, перш за все впроваджують належну охорону праці, підвищують рівень заробітної плати. Деякі підприємці, крім того, за власною ініціативою витрачають власні кошти на різні благодійні акції, на поповнення різних фондів тощо.

Реалізація стратегії соціалізації підприємницької діяльності потребує корегування короткострокових планів та здійснення процесу постійного контролю. Виникнення цієї проблеми пов'язано з необхідністю впливати на динаміку соціально-економічного стану країни. Зростає інтерес до наведеної проблеми і це свідчить, що розвиток соціалізації підприємницької діяльності здатний самостійно впливати на соціальні та економічні питання. Держава має змогу досягти декілька позитивних ефектів через розповсюдження критеріїв та ідеології соціалізації: покращити соціальну сферу через встановлення стандартів, які відповідають світовим аналогам, отримання економічного результату, покращення стану працівників на підприємстві. Якщо країна буде виконувати ці завдання, то це дозволить швидко

реагувати на державні соціально-економічні зміни та зміни у потребах виробництва [1].

Оскільки не існує загально визначених критеріїв оцінки та методик діагностування соціалізації підприємницької діяльності, то в цьому і виникає проблема діагностування. Якщо основою взаємовідносин, на нашу думку, будуть цінності високого порядку, зумовлені достатнім рівнем організаційної культури, то вони стимулюватимуть діяльність, якщо навпаки, то гальмуватимуть, тобто вплив людини на людину буде негативним. Таким образом доказано, що працівники мають свободу вибору форми здійснення соціального обміну. Основними принципами процесу соціального обміну є такі: «1) залежно від розміру вигоди, отримуваної однією особою від іншої, буде здійснюватись відповідний вид діяльності; 2) із збільшенням кількості винагород людини при обміні із іншою ймовірність наступних актів такого обміну зростає; 3) із наближенням часу винагороди ціна певного виду діяльності та ймовірність його здійснення знижується; 4) у такому обміні поступово зростає значення соціальних цінностей і норм. Процес регулювання таких обмінних угод базується на особистій доцільності, взаємовигоді та взаємоефективності, єдності, взаємоузгодженості оплати та винагороди тощо» [2].

Список використаних джерел:

1. Зайцева К. В. Соціалізація ринку праці: методологія, теорія, механізми розвитку : монографія / К. В. Зайцева. – Донецьк : ДонІЗТ, 2009. – 228 с.
2. Капильцова В. В. Соціалізація економічної системи суспільства: теоретико-методологічні аспекти : монографія / В. В. Капильцова. – Донецьк : ДонНУЕТ ім. М. Туган-Барановського], 2009. – 227 с.
3. Ткач А. А. Інституціональні основи ринкової інфраструктури / А. А. Ткач. – К.: НАН України / Об'єднаний ін-т економіки, 2005. – 195 с.

Дробишева О. О., Грицан В. В.

Запорізька державна інженерна академія (Україна)

ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ: СУТНІСТЬ ТА КЛАСИФІКАЦІЯ ЇЇ ВИДІВ

Визначення економічної ефективності функціонування підприємства має важливе як наукове, так і практичне значення. Вона дає можливість не тільки оцінити ефективність діяльності підприємства, проаналізувати сумарний ефект різних його структурних підрозділів та напрямів діяльності, а й визначити стратегію розвитку, розробити прогноз та план дій на перспективу, установити результати використання витрачених ресурсів: засобів виробництва, робочої сили, інформації тощо.

Сьогодні поняття «економічна ефективність» є одним з найпоширеніших. В загальному значення ефективність (від лат. *effectivus* – діяльний, творчий) – це відношення результату (ефекту) до витрат, які були затрачені на його отримання. Незважаючи на те, що ефективність походить від слова «ефект», у науковій літературі чітко розмежовуються поняття «ефект» та «ефективність». Так, ефект – це результат, наслідок яких-небудь причин, дій, господарських заходів. Отже, ефект – це безпосередньо досягнутий або отриманий результат від здійснення певного виду діяльності, процесу, явища або будь-якої іншої взаємодії взагалі. Але власне ефект не повно характеризує той чи інший вид діяльності, процес, явище або взаємодію. Для більш повної характеристики важливо знати, які саме результати, за який час, завдяки яким витратам або ресурсам необхідно було отримати або досягти. З цією метою було виділено категорію «ефективність».

Категорії «ефективність» на відмінну від «ефекту» є значно ширшим поняттям, оскільки враховує не лише отриманий результат, а й витрати, які були затрачені на його отримання. Складність даної категорії виявляється в тому, що існують різні трактування вимірювання результатів і витрат виробництва. Поклавши в основу вимірювання ефективності певні принципи, дослідники порушують їх, тим самим відбувається підміна результатів виробництва витратами. Іноді враховують не всі результати чи витрати діяльності при розрахунку узагальнюючого показника. Результати діяльності не відповідають витратам на її здійснення [1].

Найбільш поширеною думкою авторів є визначення ефективності як співвідношення ефекту до витрат на його здійснення або до намічених цілей. Економічна ефективність – зниження матеріаломісткості, фондомісткості, трудомісткості продукції, зростання продуктивності праці, зниження собівартості продукції тощо. Вітчизняний дослідник Мочерний С. В. розглядає економічну ефективність як досягнення найбільших результатів за найменших витрат живої та уречевленої праці. На думку інших авторів, зокрема Мельник Л. Г., Корінцевої О. І., економічна ефективність – це вид ефективності, що характеризує результативність діяльності економічних систем (підприємств, територій, національної економіки). Основною особливістю таких систем є вартісний характер засобів (видатків, витрат) досягнення цілей (результатів), а в деяких випадках і самих цілей (зокрема, одержання прибутку). Критерієм економічної ефективності на рівні підприємства є підвищення результативності діяльності шляхом мінімізації витрат або максимізації прибутку.

Поділяючи погляди провідних вчених до визначення економічної ефективності, пропонуємо розглядати категорію «економічна ефективність» як максимальну вигоду, яку можна отримати при мінімальних затратах в процесі економічної діяльності з урахуванням додаткових умов, які мають місце в момент

визначення ефективності відповідного господарського заходу. Під господарськими заходами мається на увазі введення нових видів продукції, укладення договорів з постачальниками, покупцями, придбання або модернізація нової техніки, збільшення виробництва продукції тощо [2].

Економічна ефективність поділяється на різні види, які мають свої характеристики. У табл. 1 наведена узагальнена класифікація видів економічної ефективності [3].

Таблиця 1. Види економічної ефективності

Ознаки	Види ефективності	Характеристика
За результатами діяльності	виробничо-технологічна	Удосконалення техніки та технології; упровадження нововведень
	виробничо-економічна	Результати роботи структурних підрозділів і підприємства в цілому
	соціально-економічна	Задоволення потреб працівників, умови праці робітників, відповідність виробничих відносин рівню продуктивних сил
За рівнем визначення	загальна	Визначається на всіх рівнях господарювання; характеризує загальний економічний ефект порівняно з окремими видами витрат або ресурсів
	порівняльна	Визначає найбільш економічно вигідний варіант вирішення задачі підприємства
За витраченими ресурсами	витратна	Результативність поточних виробничих витрат
	ресурсна	Результативність використання виробничих ресурсів (основних виробничих та оборотних засобів)

Таким чином, фактично визначити економічну ефективність діяльності підприємства можливо оцінюючи його результати. Такими результатами можуть бути обсяги виготовленої продукції в натуральному чи вартісному вираженні або прибуток. Для отримання об'єктивної оцінки ефективності діяльності підприємства необхідно урахувати оцінку тих витрат, що дали змогу одержати ті чи інші результати. Істотним чином на виробництво впливають засоби праці (основні фонди), предмети праці (оборотні фонди), робоча сила (трудові ресурси), а також фінансовий стан підприємства, певні організаційні, управлінські, технологічні й інші переваги, що відображаються як нематеріальні ресурси. Отже, за оцінку витрат логічно взяти оцінку всіх перелічених ресурсів.

Список використаних джерел:

1. Череп А. В. Ефективність як економічна категорія [Електронний ресурс] / А. В. Череп, Є. М. Стрілець // Ефективна економіка. – 2013. – № 1. – Режим доступу : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1727>.

2. Дончак Л. Г. Суть ефективності як економічної категорії [Електронний ресурс] / Л. Г. Дончак. – Режим доступу : http://www.rusnauka.com/7_NND_2009/Economics/42425.doc.htm
3. Братанич М. В. Визначення сутності економічної ефективності та класифікація її видів [Електронний ресурс] / М. В. Братанич, Т. В. Полозова. – Режим доступу : <http://www.irbis-nbuv.gov.ua>

Дробишева О. О., Похильченко І. М.

Запорізька державна інженерна академія (Україна)

ЗНАЧЕННЯ ТА ШЛЯХИ ПРИСКОРЕННЯ ОБОРОТНОСТІ ОБОРОТНИХ КОШТІВ ПІДПРИЄМСТВА

Для багатьох вітчизняних підприємств негативним фактором в процесі їх функціонування є нестача оборотних коштів. Прискорення оборотності оборотних коштів зменшує потребу в них, дозволяє підприємствам вивільняти частину оборотних коштів або для потреб виробництва (абсолютне вивільнення), або для додаткового випуску продукції (відносне вивільнення). В результаті прискорення оборотності вивільняються матеріальні елементи оборотних коштів, менше потрібно запасів сировини, матеріалів, палива, залишків незавершеного виробництва та ін., а отже, вивільняються і грошові ресурси, раніше вкладені в ці запаси. Вивільнені грошові ресурси розміщуються на розрахунковому рахунку підприємства, в результаті чого поліпшується його фінансовий стан та платоспроможність [1]. Таким чином, прискорення оборотності оборотних коштів в сучасних умовах господарювання є першочерговою задачею підприємств.

Прискорення оборотності оборотних коштів призводить як до підвищення ефективності їх використання, так і підвищення ефективності діяльності підприємства в цілому. Лише у випадку ефективного управління оборотними коштами підприємства досягатимуть економічного стану, збалансованого по ліквідності і прибутковості.

Прискорення оборотності оборотних коштів досягається різними заходами. Так, на стадії створення виробничих запасів такими шляхами можуть бути:

- впровадження економічно обґрунтованих норм запасу;
- наближення постачальників сировини та напівфабрикатів до споживачів;
- поліпшення організації постачання через установа чітких договірних умов та їх виконання, оптимальний вибір постачальників, налагодження роботи транспорту;
- розширення складської системи матеріально-технічного забезпечення, а також оптової торгівлі матеріалами й устаткуванням;

- комплексна механізація й автоматизація вантажно-розвантажувальних робіт на складах.

На стадії незавершеного виробництва:

- прискорення науково-технічного прогресу, використання прогресивної техніки і технології;
- розвиток стандартизації, уніфікації, типізації;
- удосконалювання форм організації виробництва;
- удосконалювання системи економічного стимулювання ощадливого використання сировинних і паливно-енергетичних ресурсів;
- збільшення питомої ваги продукції, що користується підвищеним попитом.

На стадії обігу прискорення оборотності оборотних коштів досягається за рахунок:

- удосконалення маркетингової діяльності підприємства та стимулювання збуту продукції;
- ефективне управління дебіторською заборгованістю;
- удосконалювання системи розрахунків;
- своєчасне оформлення документації та прискорення її руху;
- збільшення обсягу реалізованої продукції унаслідок виконання замовлень по прямих зв'язках, дострокового випуску продукції, виготовлення продукції з заощаджених матеріалів;
- ретельна і своєчасна добірка продукції, що відвантажується, по партіях, асортиментові, транзитній нормі, відвантаження в строгій відповідності з укладеними договорами [2].

Оборотні кошти, задіяні на підприємствах, служать для них найважливішим економічним ресурсом і мають велике значення для стабільності їх фінансового стану. Прискорення обороту оборотних коштів дозволяє вивільнити значні суми і таким чином збільшити обсяг виробництва без додаткових фінансових ресурсів, а засоби, що вивільняються, використовувати відповідно до потреб підприємства. Зважаючи на це, проблема прискорення оборотності оборотних коштів повинна посідати особливе місце в системі управління оборотними коштами промислових підприємств.

Список використаних джерел:

1. Супрун О. М. Проблема прискорення обігу оборотних коштів на підприємстві [Електронний ресурс] / О. М. Супрун // Ефективна економіка. – 2013. – № 7. – Режим доступу : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2185>.
2. Ковальчук І. В. Економіка підприємства : навч. посіб. / І. В. Ковальчук. – К. : Знання, 2008. – 679 с.

К. е. н. Єлець О. П., Белікова І. М.

Запорізька державна інженерна академія (Україна)

ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ СОБІВАРТОСТІ ПРОДУКЦІЇ

Будь-яке підприємство функціонує заради отримання максимально можливого прибутку. Однією з основних складових одержання прибутку є собівартість продукції. В більшості промислових підприємств України питома вага собівартості продукції в ціні становить значну частку. Саме собівартість стає тим важливим показником господарської діяльності, який підприємство намагається оптимізувати. Окрім того, собівартість продукції є критерієм якості продукції, основою для формування цінової політики, і, звичайно, характеризує рівень технології та організації виробництва. Все це свідчить про важливість цієї категорії в процесі управління витратами на підприємстві.

На сучасному етапі розглядом питань, пов'язаних з проблемами розуміння поняття «собівартість» займалися такі дослідники, як В. А. Сідун, А. В. Шегда, І. Є. Давідович, Л. В. Нападовська, І. А. Басманов, В. Б. Івашкевич, Ф. Ф. Бутинець, В. В. Сопко тощо. Проте деякі суперечності у трактуванні та наявність різних підходів до визначення вищезгаданих категорій спонукають до подальшого дослідження у цьому напрямку.

Категорія собівартості відображає всі сторони роботи підприємства, а саме ефективність організації праці, ступінь використання необоротних та оборотних активів. Величина собівартості є основою багатьох методів ціноутворення, показником ефективності виробничої діяльності.

На сьогоднішній день існує чимало трактовок визначення поняття «собівартість продукції».

Так, І. Є. Давідович вважає, що собівартість продукції – це виражені у грошовій формі витрати, пов'язані з підготовкою, організацією, веденням виробництва та реалізацією продукції [1, с. 71].

Болюх М. А. та Бурчевський В. З розглядають собівартість продукції як основний якісний показник роботи підприємства. Її рівень відбиває досягнення та недоліки роботи як підприємства в цілому, так і кожного структурного підрозділу. Систематичне зниження собівартості продукції має важливе народногосподарське значення, бо дає змогу при стабільних ринкових цінах збільшувати прибуток на кожну гривню витрат, підвищувати конкурентоспроможність продукції [2, с. 43].

Інший погляд на визначення собівартості продукції можна знайти у дослідженнях А. В. Шегди. Він трактує це поняття таким чином: собівартість

продукції – це виражені в грошовій формі сукупні витрати на підготовку і випуск продукції (робіт, послуг) [3, с. 338]. Але з цього визначення не зовсім зрозуміло, чи включає він у собівартість продукції витрати, пов'язані з її реалізацією.

А ось, В. А. Сідун, вважає, що собівартість продукції як економічна категорія – є грошовим виразом витрат на виробництво та реалізацію продукції [4, с. 265]. У цьому визначенні нічого не сказано про витрати на підготовку виробництва продукції.

На думку В. Г. Андрійчука собівартість як економічна категорія являє собою відокремлену частину вартості. Основу цієї категорії становлять вартість спожитих засобів виробництва та вартість необхідного продукту [5, с. 624]. Дійсно, відокремлення частини вартості продукції у вигляді витрат виступає в грошовому виразі як собівартість продукції.

На нашу думку, собівартість продукції є самостійною економічною категорією, яка відображає складну систему економічних взаємозв'язків між суб'єктами господарювання у процесі виробництва і обігу продукції і включає в себе усі витрати, починаючи з підготовки виробництва до кінцевої реалізації продукції.

Отже, визначення поняття собівартості продукції має важливе значення в економічній науці. Багато вчених займалися проблемами розуміння цього поняття, хоча й досі єдине визначення поняття собівартості продукції залишається відкритим питанням. Одне є очевидним, що для ефективного управління витратами, треба чітко розуміти які саме витрати є складовими собівартості продукції.

Список використаних джерел:

1. Давідович І. Є. Контролінг: навч. посіб. / І. Є. Давідович. – К. : Центр навчальної літератури, 2008. – 71 с.
2. Економічний аналіз: навч. посібник / Болюх М. А., Бурчевський В. З., Горбаток М. І. та ін. ; за ред. акад. АНУ М. Г. Чумаченка. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К. : КНЕУ, 2003. – 43 с.
3. Шегда А. В. Економіка підприємства: навч. посіб. / А. В. Шегда. – К. : Знання, 2005. – 338 с.
4. Сідун В. А. Економіка підприємства : навч. посіб. / В. А. Сідун, Ю. В. Пономарьова. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К. : Центр навчальної літератури, 2006. – 265 с.
5. Андрійчук В. Г. Економіка аграрних підприємств / В. Г. Андрійчук. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К. : КНЕУ, 2002. – 624 с.

Д. э. н. Задорожный Г. В.

Харьковский национальный университет имени В. Н. Каразина (Украина)

О СТРАТЕГИИ ДУХОВНО-НООСФЕРНО-УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ УКРАИНЫ

Человек имеет *единую триипостасную* – духовно-био-социальную природу, в целостности которой именно *духовное основание-составляющая* исходно задает *человечность* человека.

Духовно-нравственная константа задает, предопределяет физические константы антропного принципа. Традиционная механико-материалистическая наука пока еще не восходит к такому пониманию. Но западные ученые-естествоиспытатели уже во весь голос заявили, что *наука XXI века* ставит перед собой *главную задачу* постижения *внутреннего духовного мира человека*, свидетельствует, что многовековой идеал естествознания – целостность мира – сегодня становится во главу угла предстоящих научных исследований. В этом плане именно *духовная ипостась-основание* жизнедеятельности *целостного* человека является актуальным объектом научных изысканий.

Глубинный *архетип «свобода–ответственность»* является «предзаданной клеточкой-основанием», «кодом», «големом» развертывания *человечных* свойств, качеств, способностей человека в *духовном* мире (в какой-то мере этот архетип – аналог термина «пространство-время» в физических науках). Этот архетип – исходное основание творческого развертывания *хозяйства* как *целостной* сферы жизнеотправления, жизнедеятельности Чело-Века. Современная необходимость актуализации *личностной ответственности* как неотъемлемой стороны свободы становится *императивом выживания* человечества. У человека *нет выбора*: он должен оставаться Чело-Веком.

Ядром создания современного *нового искусственного мира* на основе *шестого технологического уклада* становится **NBIC-конвергенция** (нано-, био-, инфо-технологии и когнитивная наука), имеющая конечной целью развитие гуманоидных *роботов* с приданием им искусственного интеллекта ради *стирания границ между человеком и роботом*. Чисто технократический, техносный подход должен быть заменен *мировоззренческим*, а для этого необходим поиск ответов, по крайней мере, на три вопроса: 1) что означает «стирание границ между человеком и роботом»; 2) какова *граница допустимости* NBIC-конвергенции и должно ли человеческое общество контролировать не столько научные исследования, но использование результатов исследований во вредоносном для человечества ракурсе? 3) каково влияние *отходов нанопроизводств* на человека как человека

и на Природу? Формат «опасного знания», биоэтики и личностной ответственности за судьбу человека и Природы актуализируется с неслыханной ранее силой.

Заявили о *седьмом технологическом укладе*, для которого главным объектом будет человек. Но проблема состоит изначально в том, что в формате «технологический» уклад человек понимается как объект технологических воздействий. Главная задача *науки XXI века* уже четко определена западными естествоиспытателями и мыслителями как изучение *внутреннего духовного мира человека*. Формат нового седьмого уклада *нельзя* понимать в традиционном *технократическом* смысле: он уже начинает формироваться, но его *проблемной областью* становится *самопреобразование Чело-Века, как Лица, обращенного к вечным духовно-нравственным ценностям Жизни*. Поэтому человек должен остановиться в своей гонке за успехом к краю пропасти через свою *техносно-инновативную* деятельность как самоцель, т. е. намеренно стремиться в *бес-человечное ничто*. И *главной причиной* такого стремления является *непонимание* все еще человеком своего *архетипа «свобода-ответственность»*, развертывание которого формирует *целостную личность Чело-Века*. NBIC-конвергенция через повсеместное насаждение-вменение *неолиберальной свободы без ответственности* тождественна *расчеловечиванию, отказу от личности как базового субъекта благоносного хозяйства*.

Стратегию выживания человечества и сохранения человека как Чело-Века не может обеспечить ни концепция *устойчивого развития*, что показал практический опыт ее внедрения за более чем двадцатилетний период, ни теория *ноосферы*, которая создавалась в чисто *научном* русле *естественного* вызревания новой *геологической* силы, и получила прежде всего *технократическое* истолкование-исполнение, заведомо *вредоносное* для Чело-Века. Обе концепции не направлены на создание условий жизнеотправления *целостного человека, микрокосма в Макрокосме-Универсуме*. Личность остается «за бортом» проводимых деформ. Без перехода миропонимания и мировоззрения от *целерациональности* к *ценностной рациональности* бег человека в пропасть лишь *ускоряется*. Поэтому, исходя из *единой триипостасной – духовно-био-социальной* природы человека и необходимости сознательного развертывания личностного архетипа «свобода-ответственность», стратегия выживания может и должна мыслиться в формате стратегии *духовно-ноосферно-устойчивого развития*. *Духовность и нравственность личности* как целостного микрокосма по предназначению в *жизнетворческом* процессе задают *человечность* хозяйственных трансформаций. Для этого необходимо не просто разрабатывать и переходить в поле *личностной методо-*

логи, что придаст современной науке *человекомерный формат*, но понимать, что только через такую *новую целостную методологию* можно и нужно практически реализовывать *императив выживания человека и человечества*, возрождать *благонесущую* творчески-продуктивную хозяйственную жизнедеятельность.

Список использованных источников:

1. Задорожный Г. В. Человекоспасительная функция хозяйствоведческой науки / Задорожный Г. В. – Х.– Солоницевка, 2012. – 180 с.

Зейналова З. Р., к. т. н. Куценко В. Й.

Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

СУТНІСТЬ ГУМАНІСТИЧНОЇ ЕКОНОМІКИ

Перехід до постіндустріального суспільства вимагає переосмислення сутності та покликання людини. Людина, її творчі якості, знання та здібності, за допомогою яких вона в процесі своєї життєдіяльності преображає себе і навколишній світ, традиційно займали центральне місце в економічних і соціальних науках.

У радянській науковій літературі з її «приматом суспільного виробництва» переважну увагу отримала проблематика людини-працівника, як безпосередньої продуктивної сили. При розгляді взаємодії речових та особистих факторів виробництва пріоритет віддавався технологіям і організації виробництва. Протягом багатьох років продуктивні здібності людини розглядалися і оцінювалися як один з кількісних факторів суспільного виробництва. Завдання полягало лише в тому, щоб вдало поєднати в процесах виробничої діяльності працю, основний і оборотний капітали.

В сучасній економічній літературі людина нерідко розглядається як виробник (підприємець) і споживач, при цьому розглядаються мотиви, детермінанти та способи її економічної поведінки (так звана концепція чи модель «*homo economicus*»). У процесі розвитку інформаційного постіндустріального і культурного суспільства істотно зростає переплетення і конвергенція економіки і соціальної сфери, а також включення в орбіту їхнього впливу класичних гуманістичних принципів, які визнають цінності, потреби і численні духовно-моральні аспекти соціально-економічної діяльності окремої людини як базові умови сталого (життєдайного, правильного) розвитку всього людства.

Член-кореспондент РАН Андрій Сахаров зазначає, що: «... *справжня модернізація можлива в тому суспільстві, де сама людина є новою. ... Модернізація (оновлення)*

людини – це підвищення якості її життя, духовний розвиток, матеріальна забезпеченість, нарешті, розуміння власних горизонтів. ... Справа в тому, що не може розвиватися особистість, і відповідно, не може бути мови про модернізацію, якщо людина з усіх боків обмежується. У той же час важливо, щоб і самі люди хотіли цього просування». Саме на цих базових концептуальних установках і формується гуманістична економіка.

На противагу існуючому розумінню економіки, в якій людина виступає одним з факторів виробництва, представляється в економічній діяльності розважливою, раціональною і егоїстичною істотою, переслідуючи виключно особисті меркантильні цілі, виходячи з власної функції корисності (*homo economicus*), в гуманістичній економіці (*humanus economicus*) людська діяльність ґрунтується на інших принципах. Велика роль у процесах економічної діяльності надається цінності людини як особистості, а вільний і всебічний (гармонійний) розвиток людини, прояв її здібностей, розуму, здорового глузду, знань, умінь, ініціативи, відповідального ставлення до праці, до закону, до свого здоров'я, морально-етичні норми, правила і загальнолюдські цінності, особистісно-кваліфікаційний потенціал, а також відповідні психологічні установки стають найважливішими джерелами економічного зростання і сталого розвитку. В економіці з гуманістичним покликанням головним критерієм діяльності і суспільних відносин стає твердження блага не тільки в матеріальному сенсі, але, в першу чергу, в плані особистісно-духовного і душевного розвитку.

Тому власне економічне зростання – не самоціль. Воно служить людям, а не людина – максимізації прибутку, яка в сьогодення є місією підприємств ринкової економіки. При цьому суспільство має можливість покращувати функціонування економіки, підтримувати баланс між матеріальними, громадськими, духовними і душевними потребами. Гуманістична економіка підпорядкована інтересам людей, інтересам суспільства в цілому і кожної людини окремо.

Гуманістична економіка підпорядкована інтересам людей, а не поневолює їх. Економіка управляється суспільством з метою підтримки відповідних її функцій служіння інтересам суспільства.

Економіка (гуманістична) формується і модифікується з метою забезпечення найкращого її відповідності поточним і перспективним потребам суспільства в цілому і кожного громадянина.

Можливість переходу до моделі гуманістичної економіки може стати реальністю як тільки суспільний світогляд здійснить революційний (або еволюційний) стрибок на основі нової наукової парадигми.

Список використаних джерел:

1. Васильків Т. Г. Економічна безпека підприємництва в Україні: стратегія та механізми зміцнення : монографія / Т. Г. Васильків. – Львів, 2008. – 385 с.
2. Іванець В. А. Щодо проблем забезпечення економічної безпеки підприємництва в сучасних умовах / В. А. Іванець // Вісник МНТУ. Серія «Економіка». – № 1. – С. 104–111.
3. Линник О. І. // Вісник НТУ «ХП». Серія: Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Х.: НТУ «ХП». – 2013. – № 44(1017) – С. 91–98.
4. Лянной Г. Л. Внешние и внутренние угрозы предпринимательской деятельности / Г. Л. Лянной // Best of security. – 2006. – №7. – С. 51–59.
5. Моделювання економічної безпеки: держава, регіон, підприємство : монографія / Геєць В. М., Кизим М. О., Клебанова Т. С. та ін.; за ред. В. М. Гейця. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2006. – 240 с.
6. Мунтіян В. І. Економічна безпека України / В. І. Мунтіян. – К. : КВІЦ, 1999. – 462 с.
7. Предборський В. А. Економічна безпека держави : монографія / В. А. Предборський. – К. : Кондор, 2005. – 391 с.
8. Ярочкін В. І. Основи безпеки бізнесу та підприємництва / В. І. Ярочкін, Я. В. Бузанов. – К. : Фонд «Світ», 2005. – 208 с.
9. Каталог наукової періодики [Електронний ресурс]: база даних/ Національна бібліотека України ім. В. І. Вернадського. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/vsunu/2011_3_2/Doroschko.pdf

Камендо А. О., Власенко М. О.

Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ ВИКОРИСТАННЯ ЕЛЕКТРОННОЇ ЗВІТНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ

Складання звітності підприємств є завершальним етапом облікового циклу підприємства, яка має відповідати вимогам Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» [1], а також П(С)БО та інших нормативно-правовим актам, що регламентують питання формування звітності підприємства. В Україні з метою спрощення процедури подання і подальшої обробки звітності було запроваджено електронну звітність і створено необхідне нормативно-правове поле для забезпечення таких процесів. Згідно із Законами України «Про електронний документ та електронний документообіг» [2] та «Про електронний цифровий підпис» [3], електронний документ, підписаний електронним цифровим підписом, набуває статусу оригіналу і не потребує паперового підтвердження.

Подання електронної звітності означає, що звітність буде сформована за допомогою спеціальної комп'ютерної програми, підписана ключами електронного цифрового підпису, завантажена у файл спеціального формату, який потім необхідно відправити електронною поштою та отримати відповідь від відповідних органів про прийняття.

Світовий досвід запровадження електронної податкової звітності показує всі переваги та ефективність даного виду удосконалення адміністрування податків та підвищення ефективності роботи всієї податкової системи. Вперше подання електронної звітності було запроваджено в азійських державах через законодавче закріплення положення про обов'язковість подачі податкової звітності в електронному вигляді. Не залишилась осторонь цих процесів і Україна [4].

Слід зазначити наступні переваги електронного способу звітування для підприємств: 1) звітність, надіслана до державних органів електронною поштою не потребує дублювання на паперових носіях, а також зберігання; 2) оперативність (платник має шанс подати звітність до ДПІ вчасно, незалежно від свого місця перебування); 3) підтвердження доставки звітності; 4) можливість оперативного реагування на внесені зміни у форми звітності (програмне забезпечення постійно поновлюється і не має необхідності у пошуку нових форм звітів); 5) можливість отримання електронних актів звірок за розрахунками з бюджетом; 6) при подачі звітності в електронному вигляді економиться робочий час бухгалтерів, а також кошти на придбання бланків звітних документів, не потрібно витрачати час в чергах у податкових інспекціях, фондах, органах статистики; 7) відсутність безпосереднього спілкування з інспектором та ухилення від тиску на платника щодо безпідставного збільшення податкового навантаження; 8) скорочення витрат часу на заповнення звітності (програмне забезпечення дозволяє обчислювати автоматично об'єкт оподаткування та/або суму податкового зобов'язання, узгоджувати та контролювати додатки до звітності); 9) програмне забезпечення дозволяє автоматично здійснювати камеральну перевірку та перевірку структури звітності, що дозволяє уникнути помилок та застосування фінансових санкцій за порушення правил заповнення звітності; 10) для звітності з ПДВ суттєво скорочується термін проведення перевірки правомірності заявлених щодо відшкодування сум ПДВ та забезпечення своєчасного їх відшкодування платнику податку [5].

До негативних факторів, які впливають на впровадження електронної звітності, належать: неузгодженість та недосконалість законодавства щодо електронного документообігу – нестабільність законодавства з приводу фінансового обліку і звітності, що не дозволяє забезпечити вчасний автоматизований розрахунок окремих форм звітності;

- витрати на придбання та обслуговування комп'ютерних програм складання електронної звітності та на придбання належної обчислювальної техніки;

- тимчасове ускладнення процедури складання та подання електронної звітності,

- викликане необхідністю отримання та узгодження ключів електронного цифрового підпису з зовнішніми користувачами;

- високі вимоги до кваліфікації фахівців, які обумовлює автоматизоване складання звітності: витрати на навчання персоналу; психологічна інерційність бухгалтерів та керівників підприємств [6].

Вплив зазначених факторів можна значно знизити, якщо керівники та бухгалтери підприємств отримають вичерпну інформацію про переваги подання електронної звітності, повний перелік дій для переходу на електронну звітність та вартість такого переходу. У зв'язку з вищевикладеним, дослідження теоретичних аспектів та оцінка практичних моментів представлення звітності в електронній формі досі залишається актуальним та потребує детального вивчення з метою удосконалення.

Список використаних джерел:

1. Закон України «Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні» від 16.07.1999 р. № 996-XIV зі змінами та доповненнями [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/996-14>
2. Закон України «Про електронний документ та електронний документообіг» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/851-15>
3. Закон України «Про електронний цифровий підпис» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/852-15>
4. Гудзенко Н. М. Переваги та недоліки впровадження електронної звітності / Н. М. Гудзенко, К. Ф. Лебедева // Зб. наук. праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). – 2014. – № 2 (26). – С. 57–60.
5. Степова С. В. Переваги та недоліки впровадження електронної звітності на підприємствах України [Електронний ресурс] / С. В. Степова, А. О. Паляниця. – Режим доступу : http://www.rusnauka.com/29_DWS_2012/Informatica/3_120256.doc.htm.
6. Очеретко Л. М. Проблеми впровадження електронної звітності підприємств / Л. М. Очеретко, А. С. Козицький // Економічний простір. – 2010. – №38. – С. 126–132.

Кіріченко О. Ю., к. т. н. Куценко В. Й.

Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ШЛЯХИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА В УКРАЇНІ У СУЧАСНИХ КРИЗОВИХ УМОВАХ

У сучасних кризових умовах бізнесу в Україні вкрай необхідні дослідження причин кризових явищ в економіці, бо вони допомагають зацікавленим у вирішенні назрілих проблем швидше розібратися в існуючій ситуації, накреслити правильні шляхи з подолання рецесії. Суспільні явища, які є найвищими формами руху матерії, розвиваються згідно об'єктивних законів розвитку людства. Саме вони, ці закони, під час чергових кризових явищ і визначають життя або крах існуючій економічній системі.

Будь-які кризові явища завжди мали і мають внутрішні й зовнішні чинники. Криза наша наразі не економічна, а морально-етична. Позитивні перетворення в державі неможливо здійснити, не зробивши попередньо радикальних змін у свідомості людей, у вихованні їхньої духовності, усвідомлення ними необхідності жити по новому. Тільки після цього можливі перетворення у підприємництві, як складової державної економічної системи. І лише після змін у одиниці підприємництва, тобто на підприємствах, у середині трудового колективу, ми можемо думати про перетворення на макрорівні, рівні державному. Саме духовно-моральний розвиток кожної особистості та усього суспільства в цілому і визначають напрям руху – соціально-економічний поступ та процвітання або економічний занепад.

Хаотичний характер та непередбачуваність ринкової економіки призводить до багатьох небажаних наслідків бізнесової діяльності: від незначних матеріальних збитків до повного банкрутства українських підприємств. Саме тому проблема забезпечення економічної безпеки підприємства привертає особливу увагу, адже правильне діагностування проблем економічної стійкості, систематизація загроз, ризиків є одним з головних завдань для забезпечення сталого розвитку підприємства [1, с. 225].

У реальному житті всі об'єкти безпеки – і окрема людина, і трудовий колектив підприємства, і суспільство в цілому, і держава – піддаються одночасному впливу різноманітних загроз. Глибока економічна криза породила велике число зовнішніх небезпек і загроз молодому українському підприємництву. На умови розвитку господарської діяльності значно впливають такі фактори як: нестабільна політична та соціально-економічна ситуація в країні, недосконалість і часта зміна господарського законодавства, криміналізація суспільства, корупція тощо. Належний рівень економічної безпеки на рівні держави повинен досягатися здійсненням єдиної державної політики, підкріпленої системою скоординованих заходів, адекватних внутрішнім та зовнішнім загрозам. Без такої політики неможливо домогтися виходу з кризи чи створити ефективні механізми соціального захисту населення [3, с. 92].

Сучасні умови господарювання, що характеризуються значним впливом фінансової кризи, вимагають обов'язкового включення в стратегію стійкого розвитку промислових підприємств заходів, які дозволили б мінімізувати зовнішні та внутрішні загрози економічній безпеці підприємства. Ці заходи мають ґрунтуватися на відомих принципах класичної (первинної, досконалої, зразкової, моральної) економіки Аристотеля та Фоми Аквінського, який стояв у витоках політекономії. До таких принципів, які більш-менш ефективно намагалися втілювати в життя господарі у продовж близько 2200 років (з IV ст. до Різдва Христового до XVIII), перш за все, належать: духовно-моральна єдність членів трудового колективу –

основа гармонійного (сталого – життєдайного, правильного розвитку); самозабезпечення, у т.ч. – самофінансування, а не залежність від кредиторів та інвесторів; самодостатність, а не імпортозалежність; самовдоволеність (тим, що маємо).

Слід зазначити, що управління трудовим колективом і мотивацією праці має ґрунтуватися на принципах концепції соціально відповідального підприємства, виховання в працівників культури господарювання. Таким чином, оптимальне поєднання зусиль підприємства в напрямку зменшення негативного впливу зовнішніх та внутрішніх факторів як очікуваного ефекту надасть зміцнення рівня економічної безпеки.

Отже, розвиток економічної безпеки на підприємстві є надзвичайно актуальним питанням сьогодення, дослідження якого дозволить зробити значний крок щодо розвитку підприємництва в Україні у ці надзвичайно складні часи. Ринкова модель економіки наразі втрачає свою актуальність і перехід від концепції максимальної прибутковості до концепції соціальної відповідальності та сталого розвитку на благо суспільства і буде основою стабільної економічної безпеки підприємства та держави. Тільки духовно-моральне відродження трудящих нашої країни забезпечить кардинальні зміни існуючого порядку речей. Сучасна полісистемна криза в Україні та ризик банкрутства для багатьох підприємств безумовно є індикатором того, що суспільству конче необхідні такі зміни [4, с. 53]. Однією з них безумовно повинна стати еволюція сучасної моделі підприємництва. Соціальні зміни, що відбуваються в сучасному суспільстві, проблеми і конфлікти, які виникають, висувають нові завдання. Важливою вимогою часу є залучання до співпраці усіх членів суспільства, перед якими стоїть завдання перейти від стану меркантильного розбрату й катастрофи до соціального миру, гармонії та процвітання.

Список використаних джерел:

1. Васильків Т. Г. Економічна безпека підприємництва в Україні: стратегія та механізми зміцнення : монографія / Т. Г. Васильків. – Львів, 2008. – 385 с.
2. Іванець В. А. Щодо проблем забезпечення економічної безпеки підприємництва в сучасних умовах / В. А. Іванець // Вісник МНТУ. Серія «Економіка». – № 1. – С. 104–111.
3. Линник О. І. // Вісник НТУ «ХП». Серія: Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Х. : НТУ «ХП». – 2013. – № 44(1017) – С. 91–98.
4. Лянной Г. Л. Внешние и внутренние угрозы предпринимательской деятельности / Г. Л. Лянной // Best of security. – 2006. – №7. – С. 51–59.
5. Ярочкін В. І. Основи безпеки бізнесу та підприємництва / В. І. Ярочкін, Я. В. Бузанов. – К. : Фонд «Світ», 2005. – 208 с.

Д. е. н. Коваленко О. В., Савенко Л. В.

Запорізька державна інженерна академія (Україна)

МОТИВАЦІЙНІ АСПЕКТИ ТА МАТЕРІАЛЬНЕ СТИМУЛЮВАННЯ ПРАЦІ ПЕРСОНАЛУ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

На сьогодні успіх кожного підприємства залежить від ефективності використання персоналу, що знаходиться в його розпорядженні, а також, в якому ступені працівники реалізують свій професійний потенціал. Механізмом, який би забезпечував координацію діяльності працівників і заохочував їх до ефективного виконання заданих функцій згідно з визначеними цілями і завданнями є обґрунтована система мотивування та матеріального стимулювання, яка дає змогу цілеспрямовано впливати на поведінку людей відповідно до потреб організації.

Мотивація персоналу – це поєднання цілої низки складових, таких як мотивація трудової діяльності, тобто спонукання персоналу до ефективної трудової діяльності, що забезпечує необхідні винагороди і задовольняє наявні потреби; мотивація стабільної та продуктивної зайнятості; мотивація розвитку конкурентоспроможності працівника; мотивація володіння засобами виробництва; мотивація вибору нового місця роботи тощо[3].

Матеріальне стимулювання праці – це засіб забезпечення матеріальних потреб працюючих у залежності від результатів їх колективної та індивідуальної праці через систему законодавчих, нормативних, економічних, соціальних та організаційних чинників і заходів, пов'язаних з виробництвом.

На переважній більшості підприємств матеріальна мотивація на 90% є основною, і від того, наскільки справедливою і зрозумілою буде система оплати праці, багато в чому буде залежати успіх бізнесу.

Серед матеріальних стимулів праці провідне місце посідає заробітна плата, оскільки вона найповніше відображає залежність між результатами праці окремого працівника та його матеріальною винагородою. Заробітна плата значною мірою визначає рівень життя населення і є необхідною умовою розвитку всієї економіки [2].

Нематеріальне стимулювання розвитку персоналу в організації, насамперед, направлене на задоволення мотиву збереження соціального статусу працівника в трудовому колективі завдяки залишенню за ним його робочого місця чи займаної посади; підвищення соціального статусу працівника в трудовому колективі в результаті одержання ним більш високої відповідальної посади, посилення зацікавленості працівника самим процесом опанування новими знаннями, вміннями та практичними навичками; поглиблення інтересу щодо професійного спілкування з професіоналами як в організації, так і поза її межами [1, с. 53].

Отже, система мотивації на промислових підприємствах має базуватися на поєднанні як матеріального так і нематеріального стимулювання, при цьому враховуючи індивідуальні особливості кожного працівника. Лише при дотриманні таких умов є можливість підвищити рівень зацікавленості робітників у результатах своєї праці.

Список використаних джерел:

1. Азарова А. О. Дослідження множини чинників нематеріальної мотивації на підприємстві / А. О. Азарова, О. А. Ковальчук // Економічний простір. – 2010. – № 5. – С. 53–58.
2. Богацька Н. М. Матеріальне стимулювання працівників і шляхи його підвищення [Електронний ресурс] / Н. М. Богацька, М. О. Загоруйко. – Режим доступу: <http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=76096>.
3. Нестеренко Л. О. Проблема мотивації персоналу на підприємствах [Електронний ресурс] / Л. О. Нестеренко. – Режим доступу: <http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=26913>.

Д. е. н. Коваленко О. В.

Запорізька державна інженерна академія (Україна)

Ходикіна І. В.

Публічне акціонерне товариство «Азовські мастила і оливи» (Україна)

СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ ПЕРСОНАЛУ

Процес стратегічного управління персоналом складається з трьох основних компонентів щодо управління персоналом: стратегічного планування, стратегічної організації діяльності, стратегічного контролю діяльності [1, с. 29]. На практиці це поняття стає все більш вживаним на українських підприємствах, які намагаються відповідати вимогам часу та будувати модернове підприємство, із сучасним відношенням до людини як до найціннішого капіталу компанії. Таких компаній за даними останніх досліджень на Україні вже понад 25% [2].

Стратегічне планування персоналу – це всеохоплюючий процес планування роботи з персоналом, розрахований на довгий (не менш п'яти років період часу). Він містить в собі і проведення певних маркетингових дій з пошуку та відбору персоналу, і вивчення мотивації працівників, в ньому вбачається розбудова підґрунтя для навчання персоналу, створення корпоративної культури на підприємстві загалом, та створення комфортних умов праці, зростання і задоволеності для кожного окремого працівника.

В дефініціях різних вчених стратегічне планування персоналу інтерпретується як масштабний багатогранний елемент, та характеризується з різних аспектів. Так,

З. Є. Шершньова вважає, що це формалізовані зусилля усієї організації, спрямовані на розробку стратегії, оформлення їх у вигляді стратегічних планових документів різного типу, організацію виконання цих стратегічних планів, проектів і програм» [3, с. 17].

М. Мескон під стратегічним планування персоналу розуміє набір дій і рішень, здійснених керівництвом, які ведуть до розробки специфічних стратегій, призначених для того, щоб допомогти організації досягти своїх цілей [4, с. 1].

Г. В. Жаворонкова вважає, що стратегічне планування персоналу – це система взаємопов'язаних, спрямованих на реалізацію стратегії управління персоналом підприємства довгострокових і середньострокових планових завдань, які визначають порядок, терміни і послідовність здійснення програм з управління персоналом або окремих заходів [5, с. 1].

Якщо якимось узагальнити та поглянути на це поняття з прикладної точки зору, то стосовного окремого підприємства, то стратегічне планування персоналу можна визначити як заснований на аналітичному прогнозуванні процес, який допомагає встановити потребу у персоналі, у професійних знаннях, кваліфікаційних навиках, а також прорахувати необхідну кількість співробітників, які мають володіти певними навичками у певний період часу та у певному місці. Стратегічне планування персоналом передбачає системний підхід у роботі керівників підприємства чи організації. Тобто керівники повинні розуміти, які позиції, посади в компанії будуть необхідні для того, щоб вона успішно розвивалася в майбутньому, не була переобтяжена «зайвими» посадами та водночас не відчувала потребу у висококваліфікованому персоналі, який не можна знайти чи підготувати за один день. «Важливо заглядати в майбутнє, щоби прогнозувати зміни попиту на ринку праці, оцінювати ймовірну потребу в талантах, та розуміти, як залучати, наймати та втримувати людей, .. враховувати такий факт, як старіння нації, який спіткає всі без виключення компанії, коли їх співробітники сягають пенсійного віку» [6, с. 1].

Стратегічне планування персоналу допомагає уникнути провалів у роботі персоналу, передбачити збільшення потреби персоналу одного напрямку (у відповідності з цілями розвитку підприємства), або нестачу персоналу в зв'язку з виходом більшості співробітників певного напрямку на пенсію та несвоєчасною підготовкою нового прошарку, або в зв'язку із звільненнями внаслідок незадоволеності персоналу, його невмотиваністю і т.д.

Для організації ефективного стратегічного управління персоналом треба перш за все визначити сьогоденне положення підприємства: робітників яких спеціальностей та в якій кількості має підприємство на час проведення аналізу, потім важливо знати, що планується, якої стратегічної мети розвитку підприємство бажає досягти та що бажано мати в цьому випадку відносно персоналу – скільки персоналу треба мати, яких спеціальностей, якої компетенції, щоб за допомогою

цього персоналу наближатися до втілення бажаного статусу. Існує два підходи до стратегічного планування: перший заснований на функціях співробітників, а других на їх компетенціях. Найбільш прийнятні такі назви, кальковані з англійського: функціональний підхід та компетентнісний. Перший підхід: процес планування персоналу базується на розподілі функцій/посад, тобто перш за все прораховується скільки робітників і на яких посадах у яких підрозділах повинні біти у близькій та далекій перспективі. В результаті такого планування за рахунок переміщення, відбору персоналу заповненими є всі штатні одиниці.

Другий підхід: базується на таких положеннях, що в не залежності від того, яку посаду обіймає робітник, його майбутнє планується виходячи з того, якими фаховими знаннями він володіє, наскільки він компетентний і в якій комбінації найбільш корисним може бути для даного підприємства.

На відміну від оперативного планування персоналу, яке базується на переосмисленні процесів, що відбуваються зараз та відбувалися в минулому стратегічне управління орієнтується на процеси, що будуть відбуватися у майбутньому. При планування можливі наступні сценарії розвитку.

Стратегічне планування персоналу – найбільш сучасна технологія планування персоналу, яка не тільки враховує індивідуальний розвиток кожного співробітника; допомагає будувати культуру всередині організації, але і уникнути банальних провалів в роботі з персоналом, своєчасно спланувати чисельність, навчання та своєчасну підготовку кваліфікованих кадрів з метою розвитку свого бізнесу. Стратегічне планування персоналу повинно розбудовуватися в унісон з цілями розвитку самого підприємства та містити в собі і тактичне і поточне планування. стратегічне планування базується не на стратегії розрахунку посад, а на компетентнісному підході – тобто враховує різнобічні компетенції окремого працівника.

Список використаних джерел:

1. Балабанова Л. В. Стратегічне управління персоналом підприємства: навч. посіб. / Л. В. Балабанова, О. В. Стельмашенко. – К. : Знання, 2011. – 236 с.
2. Длигач А. Стратегическое планирование: дейстуй от противного [Електронний ресурс] / А. Длигач. – Режим доступу : <http://www.companion.ua/articles/content?id=32513>.
3. Шершньова З. Є. Стратегічне управління : підручник / З. Є. Шершньова. – К. : КНЕУ, 2004. – 699 с.
4. Мескон М. Х. Основы менеджмента : пер. с англ. / М. Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. – М. : Дело, 2000. – 704 с.
5. Жаворонкова Г. В. Стратегічне планування персоналу на основі компетентнісного підходу [Електронний ресурс] / Г. В. Жаворонкова, Т. Н. Шкода // Економічний вісник Національного авіаційного університету. – Режим доступу : <http://www.ir.kneu.edu.ua:8080/bitstream.../Zhavoronkova1.pdf>
6. Мацковская М. Стратегическое планирование персонала [Електронний ресурс] // Справочник по управлению персоналом. – 2009. – №11. – С. 1. – Режим доступу : <http://www.personal.ru/journal/316/8417>

Кориченська І. В., Рябик Г. Є.

Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

**СУТНІСТЬ ПРИБУТКУ ЯК ЕКОНОМІЧНОЇ КАТЕГОРІЇ
В УМОВАХ РОЗВИТКУ РИНКОВИХ ВІДНОСИН В УКРАЇНІ**

В умовах розвитку ринкових відносин в Україні прибуток є основним джерелом розвитку підприємницької діяльності. Досить важлива роль прибутку пояснюється тим, що він характеризує основну діяльність підприємства, визначає мету підприємницької діяльності. Наведені обставини вимагають уточнення сутності та змісту категорії «прибуток», яка є досить складною в сучасній економічній науці. Гострою серед представників різних наукових шкіл була полеміка щодо з'ясування сутності прибутку.

Сутність прибутку досліджували такі закордонні та вітчизняні вчені як А. Сміт, Д. Рікардо, Ж. Б. Сей, Дж. Міль, А. Маршалл, Н. Сеніор, А. Самуельсон, А. С. Гальчинський [5], В. О. Білик [3], С. В. Мочерний [2], В. А. Предборський [6], А. М. Поддєрьогін, О. С. Філімоненков [7] та ін.

В наш час прибуток є важливою економічною категорією, яка акумулює навколо себе низку різних підходів, таких, що не мають єдиного твердження щодо його трактування. Це, в свою чергу породжує дискусійність у визначенні сутності категорії «прибуток».

Прибуток виступає головною рушійною силою економічних процесів та основною метою діяльності підприємства; є основним фінансовим джерелом розвитку підприємства. Зазначимо, що прибуток – головний показник, який відображає фінансові результати та мету діяльності підприємства.

Значення прибутку полягає в тому, що він водночас виступає є фінансовим результатом і основним джерелом фінансових ресурсів організації. За рахунок прибутку здійснюється фінансування заходів по науково-технічному і соціально-економічному розвитку підприємств, збільшення фонду матеріального заохочення працівників. Він є не лише джерелом забезпечення внутрішньогосподарських потреб підприємств, але набуває все більшого значення у формуванні бюджетних ресурсів, позабюджетних і благодійних фондів.

Проаналізувавши існуючі підходи вчених до визначення сутності категорії «прибуток» нами встановлено, що в науковій літературі не існує єдиної точки зору до її визначення. Існуючі підходи до визначення категорії «прибуток» наведено в табл. 1.

Отже, систематизувавши існуючі погляди нами було визначено основні характеристики прибутку. Так, прибуток – це:

- фінансово-економічна категорія, що відображає позитивний фінансовий результат господарської діяльності підприємства;

- перетворена форма додаткової вартості, яка сформована в процесі суспільного відтворення для задоволення різних інтересів підприємства та його власника;
- мірило фінансового здоров'я підприємства, яке характеризує рентабельність вкладення коштів в активи конкретного підприємства;
- фінансове джерело, яке забезпечує розвиток підприємства на засадах самофінансування.

Таблиця 1. Підходи до визначення категорії «прибуток»

Автор	Визначення
Азаренкова Г. М., Журавель Т. М., Михайленко Р. М. [1]	Прибуток становить собою різницю між загальною сумою доходів і витратами на виробництво та реалізацію продукції.
Білик В. О. [3]	Прибуток: є результатом капіталу як обов'язкового фактора будь-якого виробництва; винагорода капіталіста за відстрочку особистого споживання власного капіталу, за ризик в очікуванні ефекту від вкладених у виробництво засобів; як трудовий дохід від підприємницької діяльності у всіх його видах; як результат існування монополії
Гальчинський А. С. [5]	Прибуток – різниця між продажною ціною товару або послуги і витратами виробництва. Виражає вартість додаткового і частково необхідного продукту
Мочерний С. В. [2]	Прибуток – це перетворена, похідна форма додаткової вартості, яка з кількісного аспекту є різницею між ціною продажу і витратами капіталу на її виробництво
Філімоненков О. С. [7]	Прибуток – це частина вартості додаткового продукту, додатковий продукт, виражений у грошах частина чистого доходу, одна з його форм
Поддєрьогін А.М.	Прибуток є важливим показником ефективності виробничо-господарської діяльності, а також джерелом формування централізованих і децентралізованих фінансових ресурсів
Предборський В. А. [6]	Прибуток є одним з узагальнюючих показників діяльності і окремого підприємця, і підприємства, і галузі, і економіки у цілому
Ільчук М. М., Іщенко Т. Д. [4]	Прибуток визначається зменшенням суми скоригованого валового доходу звітного періоду на суму валових витрат платника податку і суму амортизаційних відрахувань

Таким чином, аналіз існуючих підходів до визначення категорії «прибуток» показав, що всі вони доповнюють один одного. Категорія прибуток має неоднозначне трактування та потребує чіткої ідентифікації. На нашу думку, прибуток являє собою один із найважливіших показників фінансових результатів господарської діяльності підприємства, який обчислюється як різниця між виручкою від реалізації продукту господарської діяльності та сумою витрат факторів виробництва на цю діяльність у грошовому вираженні.

Список використаних джерел:

1. Азаренкова Г. М. Фінанси підприємств: навч. посіб. для самост. вивчення дисципліни / Г. М. Азаренкова, Т. М. Журавель, Р. М. Михайленко – 2-ге вид., випр. і доп. – К. : Знання-Прес, 2006. – 287 с.
2. Економічна енциклопедія Т. 3. «П» (поручництво) – Я (японський центр продуктивності) / редкол.: Б. Д. Гаврилишин, С. В. Мочерний (відп. ред.), О. А. Устенко (заст. відп. ред.) та ін. – К. – Тернопіль : ВЦ «Акад.» ТАНУ, 2002. – 952 с.
3. Економічна теорія : навч. посіб. / за ред. В. О. Білика, П. Т. Саблука. – 4-е вид., перероб. та доп. – К. : ННЦ ІАЕ, 2004. – 560 с.
4. Ільчук М. М. Підприємницька діяльність та агробізнес / за ред. М. М. Ільчука, Т. Д. Іщенко. – К. : Вища освіта, 2006. – 543 с.
5. Гальчинський А. С. Основи економічних знань: навч. посіб. / А. С. Гальчинський, П. С. Єщенко, Ю. І. Палкін. – 2-ге вид., перероб. і допов. – К. : Вища школа, 2002. – 543 с.
6. Предборський В. А. Економічна теорія: підручник / В. А. Предборський, Б. Б. Гарін, В. Д. Кухаренко ; за ред. В. А. Предборського. – К. : Кондор, 2007. – 492 с.
7. Філімоненков О. С. Фінанси підприємств : навч. посіб. / О. С. Філімоненков. – К. : Кондор, 2007. – 400 с.

Костіна К. В.

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана (Україна)

**ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК ЕВОЛЮЦІЇ ЛОГІСТИКИ
З РОЗВИТКОМ СВІТОВИХ ЕКОНОМІЧНИХ ПРОЦЕСІВ**

Ми пропонуємо розглядати логістику як відповідь на еволюційний розвиток світових економічних процесів. Саме об'єктивний розвиток ринкових відносин сприяв появі логістичного підходу в управлінні підприємствами в США та країнах Заходу, а нині активно розвивається і в Україні. Як науковий напрям, логістика сформувалася у ХХ столітті в результаті взаємозв'язку комплексу чинників та результату їх синергії. До них ми відносимо:

- науково-технічну революцію;
- становлення концепції маркетингу (перехід від ринку виробників до ринку споживачів);
- ускладнення ринкового середовища;
- енергетичну кризу 70-х років ХХ століття;
- появу нових наукових теорій;
- прагнення зменшити грошові витрати і витрати часу;
- залежність конкурентоспроможності від якості процесів розподілу.

Ці чинники можна розглядати як першопричини, основу зародження логістики, яка сприяла появі нового стану у розвитку підприємств, переходу від кількісних до нових якісних змін. Але, для поглиблення розуміння цього питання, ми

застосували історико-логічний підхід й розглянули еволюцію логістики в світі співставивши етапи її розвитку з етапами розвитку людства (індустріальний, пост-індустріальний та інформаційний).

Таким чином, *індустріальна епоха* (друга половина XIX – середина XX століття) співпала з *дологістичним етапом* розвитку логістики (до 50-х років XX століття), що характеризується спробами інтеграції постачальних, виробничих, а також розподільчих систем; фрагментарним характером управління матеріальним розподілом; розглядом транспорту та матеріально-технічного забезпечення як двох непов'язаних видів діяльності; наданням переваги оптимізації перевезень, необхідності контролю за перевезеннями, навантажувально-розвантажувальним роботам, упаковці, тощо.

Постіндустріальна епоха (50-і – 70-і роки XX століття) співпала з *класичним етапом* розвитку логістики (60-і – 80-і роки XX століття), що характеризується формуванням основних логістичних принципів і створенням логістичних систем; інтеграцією функцій товароруку (комплексний підхід); орієнтацією на мінімізацію загальних витрат. В даному етапі на основі аналізу праць таких авторів, як Гаджинський А. М. [1, с. 36–39], Мєшкова Л. Л. [2, с. 16–20], Алесінська Т. В. [3], Крикавський Є. В. [4, с. 11–13], можна виокремити два під етапи:

- *перший або фрагментарної логістики* (60-і роки XX століття) – початок формування теорії і практики логістичного управління, інтеграція окремих логістичних функцій в одну систему;

- *етап розвитку* (70-і роки XX століття) – енергетична криза, пошук шляхів раціонального використання ресурсів, впровадження АСУ.

Інформаційна ера (70-і роки XX століття – теперішній час) співпадає з сучасним етапом *неологістики* (80-і роки XX століття – теперішній час), де увага акцентується на концепції загальної відповідальності (економічні, соціальні, екологічні, політичні аспекти); комплексному підході (функції логістики як підсистема всієї системи підприємства); на міжфірмових компромісах (максимальний прибуток всіх учасників ланцюгу), інше. В цьому періоді виділяються також два під етапи:

- *другий, інтеграції або часткової інтеграції* (80-і роки XX століття) – філософія всезагального управління якістю, передача логістичних функцій підприємства спеціалізованим логістичним фірмам, впровадження ПК, підвищення кваліфікації персоналу;

- *третій, глобалізації або цілісної інтеграції* (90-і роки XX століття – теперішній час) – завершення інтеграційних процесів в логістичних системах, сучасні ІКТ, моніторинг всіх стадій пересування продукції, інше.

Логістика, як наука, успішно розвивається в провідних країнах світу, слугує «джерелом» з якого «черпають свої сили» провідні світові компанії. Вітчизняні підприємства теж мають еволюціонувати разом з нею, освоювати її концепції, нові системи і технології. Логістика має стати одним з інструментів їх підвищення ефективності їх функціонування.

Список використаних джерел:

1. Гаджинский А. М. Логистика : учебник / А. М. Гаджинский. – 20-е изд. – М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2012. – 484 с.
2. Мешкова Л. Л. Логистика в сфере материальных услуг / Л. Л. Мешкова, И. И. Белоус, Н. М. Фролов. – 2-е изд., испр. и перераб. – Тамбов : Изд-во ТГТУ, 2002. – 188 с.
3. Алесинская Т. В. Основы логистики. Общие вопросы логистического управления / Т. В. Алесинская. – Таганрог : Изд-во ТРТУ, 2005. – 121 с.
4. Крикавський Є. В. Логістика. Основи теорії / Є. В. Крикавський. – Львів : Інтелект-Захід, 2004. – 414 с.

Кураш А. О.

Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ

З розвитком конкуренції та зниженням норм прибутку перспектива розвитку підприємства залежить від поведінки витрат та управління ними. Вміння плановано і раціонально керувати витратами в періоді погіршення кон'юнктури підвищує шанси на виживання. Також за сприятливих економічних умов важливою стає задача оптимального розподілу ресурсів між поточною та інвестиційною діяльністю.

Теоретичні та методологічні аспекти формування витрат та питання системи управління ними було розглянуто у роботах І. А. Басманова, П. С. Безруких, Є. А. Бельтюкова, О. С. Бородкіна, Ф. Ф. Бутинця та інші. Серед найбільш фундаментальних зарубіжних досліджень з цієї проблеми варто відзначити праці А. Алчіана, К.Друрі, В. Говіндараджана, Р. Манна, Е. Майєра, Дж. Сігела, Дж. Фостера, Ч. Хорнгрена, Дж. Шанка, Дж. Шима. Однак у працях вказаних дослідників недостатньо висвітлені питання системного підходу до управління витратами на підприємстві за умов динамічного і конкурентного ринкового середовища.

Система управління витратами – це сукупність взаємопов'язаних елементів, методів і механізмів, що діють в межах функціональних обов'язків і утворюють певну цілісність, за допомогою яких узагальнюються процеси постачання, використання ресурсів, вирішуються чітко поставлені цілі, реалізуються тактичні і

стратегічні плани. Метою цієї системи є надання управлінцям контролю і прогнозування витрат, вибір найефективніших шляхів розвитку підприємства, прийняття оперативних управлінських рішень [4].

Удосконалення системи управління витрат націлене на постійний пошук і виявлення резервів економії ресурсів і зниження витрат з метою підвищення ефективності фінансово-господарської діяльності підприємства.

Вимоги до формування системи управління витратами: єдність методів на різних рівнях управління витратами; органічне поєднання витрат з високою якістю послуг; удосконалення документообігу; недопущення зайвих витрат; комплексний характер управлінських рішень; вдосконалення інформаційного забезпечення; орієнтованість на стратегічні цілі розвитку підприємства; впровадження ефективних методів зниження витрат; системний підхід до управління витратами [3].

Побудова та вдосконалення системи управління на підприємствах пропонується здійснювати шляхом: виділення основних понять і процедур, системи управління витратами; виявлення існуючих проблем формування та контролю витрат на підприємстві; формування моделі управління витратами; побудова інформаційної системи; адаптації документообігу до обраної інформаційної системи; розподілу відповідності за формування та створення механізму мотивації і стимулювання їх зниження.

Формуючи систему управління витратами, потрібно враховувати їхні особливості, а саме: постійний рух та зміну витрат; застосування багатьох методів і прийомів в управлінні витратами [1].

Для забезпечення системи управління витратами, яка б відповідала сучасним вимогам, виникає необхідність створення моделі автоматизації оброблення інформації для прийняття рішень. Побудова інформаційної системи повинна поєднувати в собі три рівні управління процесами на підприємстві: управління бізнес-процесами; управління проектно-конструкторськими розробленнями; управління технологічними процесами виробництва. Вдосконалення системи управління витратами на підприємствах пропонується здійснити шляхом: виділення основних понять і процедур, системи управління витратами; виявлення існуючих проблем формування та контролю витрат на підприємстві; формування моделі управління витратами; побудова інформаційної системи; адаптації документообігу до обраної інформаційної системи; розподілу відповідності за формування та створення механізму мотивації і стимулювання їх зниження.

Для ефективного використання ресурсів виробництва і оптимізації доцільно створити комплексну систему управління витратами. В основі створення такої системи закладена ідея використання можливостей узгодженого впливу на витрати та якість виробів на кожній стадії життєвого циклу продукції. Спершу потрібно

сформувати низку вимог до формування системи управління витратами. Потім визначити завдання, які стоять перед системою та відповідають цілям підприємства. Система управління витратами передбачає виконання всіх функцій, власних управлінню будь-яким об'єктом: планування, організація, регулювання, мотивація, облік і аналіз, координація, контроль, стимулювання.

Таким чином, управління витратами можна визначити як систему принципів та методів розробки і реалізації управлінських рішень, заснованих на використанні об'єктивних економічних законів.

Список використаних джерел:

1. Давидович І. Є. Управління витратами : навч. посіб. / І. Є. Давидович. – 2-ге вид., перероб. та доп. – Тернопіль : Економічна думка, 2004. – 228 с.
2. Фінансовий менеджмент : навч.-метод. посіб. для самост. вивч. дисц. / Поддєрьогін А. М., Буряк Л. Д., Калач Н. Ю. та ін. – К. : КНЕУ, 2001. – 294 с.
3. Череп А. В. Управління витратами суб'єктів господарювання. – Ч. 1 : монографія / А. В. Череп. – 2-ге вид., стереотип. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2007. – 368 с.
4. Партин Г. О. Управління витратами підприємства: концептуальні засади, методи та інструментарій : монографія / Г. О. Партин. – К. : Вид-во УБСНБУ, 2008. – 219 с.

К. т. н. Куценко В. Й.

Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ПРИНЦИПИ ДУХОВНО-МОРАЛЬНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

«Горе людям, які не знають сенсу свого життя»

Надзвичайно духовний мислитель Європи Б. Паскаль

«У чому сенс життя? Служити іншим і творити добро».

Аристотель, але

*«... без Мене не можете творити нічого» * [1. Іоанн, 15: 5].*

73 роки люди за часів СРСР марно намагалися побудувати світле майбутнє – комунізм (рівність та благополуччя) силою атеїстичної влади та розуму. 200 років більшість людства намагається покращити якість життя суспільства на атеїстичних принципах олігархічної влади грошей та наукової неоліберальної економіки (хрематистики – накопичення багатства через максимізацію прибутків власників засобів виробництва, конкуренцію, приватизацію та експлуатацію). Але полісистемна перманентна криза світової економіки довела всю безперспективність та непередбачуваність монетарного (аморального й бездуховного) способу господарювання.

* Тут і далі цитати перекладено з церковнослов'янської та виділено курсивом автором.

Адже криза наша не економічна, а духовно-моральна, оскільки втрачені істинні принципи життєдіяльності більшості людей через зневагу до сенсу життя та до його Творця.

Призначення людини – пізнати істину – Господа (господаря-Творця нашого), Який один тільки й може і хоче нас зробити щасливими на все життя, а без Нього, як показало буремне наше буття й лихоліття, *нічого доброго творити не можемо*. Отже, місія вченого-економіста полягає у пізнанні істинного економічного вчення через Святе писмо, принципи християнської економіки Фоми Аквінського, який стояв у витоках політекономії, та Аристотеля – класика морально-етичної економіки, яка більш-менш домінувала в суспільстві понад 2200 років – до кінця XVIII сторіччя.

Соціальна відповідальність економіста перед своєю совістю – Богом та ближніми є початком нової – духовно-моральної економіки, яка тільки й спроможна забезпечити сталий (животворний та стабільний) розвиток – проблему III-го тисячоліття. Бог створив нас за образом та подобою Своєю, нагородив нас совістю – Своєю часткою, здоров'ям, розумом і талантами. Бог – від слова «багатий» на батьківську милість, добрі справи, любов, тому людина має нести повну відповідальність за свої вчинки, діяння перед Творцем та Його творінням: тобто, бути вірною, дієвою на добрі справи, мирною, чесною та справедливою. Якщо людина не знає Творця, то нею править антихрист, який в решті решт приведе до загибелі і душу, і бізнес, і тіло. Тож, щоб жити й трудитися в радості, забезпечити сталий розвиток, економіст-управитель зобов'язаний чинити добрі діла: любити Бога (виконувати Його благу волю) та ближнього. Тобто, соціальна відповідальність є першим кроком до процвітання суспільства.

До основних принципів соціальної відповідальності можна віднести.

1. Віра у благого, всемогутнього Отця – Творця нашого буття.
2. Добрі діла, адже *«Віра без діл мертва»* [1. Як., 2:20].
3. Творити благо своїми руками.
4. Трудитися для інших, а не про свої статки.

Розглянемо сутність поданих принципів з християнської точки зору.

Син Божий Ісус Христос завірив нас: *«...істинно кажу вам, якщо будете мати віру і не мати сумніву, і все, чого ви в молитві попросите з вірою (на благе), одержите»* [1. Матф., 21:22].

Економічні відносини – це, перш за все, трудові відносини. Труд (діло) заподано людині Творцем для задоволення своїх життєвонеобхідних потреб і нужд інших. Апостол Павло застеріг: *«Якщо хто не хоче трудитися, то й не повинен їсти»* [1. 2 Солун., 3:10]. Необхідність для кожної людини сумлінно трудитися обґрунтовується в Святому писмі посиланням на приклади:

- трудолюбивої бджоли [1. Притч., 6:6-8]: *«...йди до бджоли і подивися, яка трудівниця є, виробництво ж яке чесне творить: її ж трудів царі та прості для здоров'я (життя) вживають, любима ж є всіма і славна: хоча силою і немічна, але за мудрість шанована»;*

- добродійної жінки за образом Пресвятої Богородиці «Економісса – Економістка» [1. Притч., 31:10-27]: *«дружина добротворяща... добрих корисностей не позбудеться: творить бо мужу своєму (господарю вдома чи на підприємстві) благе все життя... (показує, що чоловік має працювати на благо інших усе життя), творить потрібне для благого життя руками своїми. ...І дає життя дому (родині, трудовому колективу, суспільству)... укріпить сили свої на діло, зрозумівши, що добро є творити... Руки свої простирає на корисне (доброякісне, безпечне, життєдає)... і руки свої (продукцію та послуги) направляє убогому (бідному, слабкому, хворому), жменю долоні ж простягає жебракові (хто бідує, страждає, нещасний). Не турбується про тих, хто залишився в домі, муж її... всі бо у неї одягнені (улаштовані, упорядковані добрими ділами). Подвоєне одіяння (придбання – прибуток) створює мужу (господареві) своєму. Славен буває... муж її. Скатертини (їжу – продукцію пріоритетної галузі – сільського господарства) виготовляє і продає фінікійцям (торговцям, врозумляючи перекупщиків – посередників, щоб не лінилися виготовляти продукцію своїми руками), пояси ж (досвід господарювання) – хананеям (нечистим, які неправильно господарюють, передає). Уста свої відкриває уважно і законно (згідно закону любові) і порядок заповідає язика своєму (роду: дітям, підлеглим, оточенню, щоб жили й трудилися за істиною). Фортецею (фінансово-економічною стійкістю) і красою (душевною чистотою, повагою, позитивною суспільною думкою) одягнена, й возвеселилася в дні останні (буремні, лихоліття перед другим Пришествям Христа). Тісні шляхи (напружені бувають) дому її (трудовому колективу підприємства), але не лінується (дякує за все Творцю і трудиться для інших)».*

Список використаних джерел:

1. БІБЛІА. КНИГИ СВЯЩЕННАГО ПИСАНІЯ ВѢТХАГО И НОВАГО ЗАВЕТА на церковнославянском языке. – САНКТПЕТЕРБУРГЪ : Синодальная типографія. – 1900. Репринтное издание – М. : Российское Библийское Общество, 1993. – 1658 с.

Кучер Н. С., Рябик Г. Є.

Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОВІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ

Прибуткова діяльність будь-якого промислового підприємства являється важливим елементом його економічного зростання. Прибутковість є основним чинником існування як ринкової економічної системи, так і окремих господарюючих суб'єктів. Прибуток представляє собою важливий узагальнюючий показник ефективності господарської діяльності будь-якого підприємства. Процес управління прибутковістю підприємства полягає у досягненні такого співвідношення, коли на кожну гривню, що вкладається, припадає більше коштів прибутку, отже, управління прибутковістю тісно пов'язане з управлінням прибутком.

Проблеми управління, формування і використання прибутку підприємства досліджували науковці України і зарубіжжя. Серед них варто назвати Бланка І. О. [1], Воробйова Ю. Н. [2], Донець Л. І. [3], Покропивного С. Ф. [5] та ін.

І. О. Бланк визначаючи категорію «прибуток» зосереджувався на тому, що прибуток підприємства є головною метою підприємницької діяльності, критерієм ефективності конкретної виробничої (операційної) діяльності, внутрішнім джерелом формування фінансових ресурсів підприємства, що забезпечують його розвиток, головним джерелом зростання ринкової вартості підприємства і основним захисним механізмом від банкрутства [1].

За визначенням С. Ф. Покропивного прибуток – це частина виручки, яка залишається після відшкодування усіх витрат на виробничу і комерційну діяльність підприємства. Але таке тлумачення обмежується тільки кількісним визначенням категорії і не розкриває його економічної природи [5].

Дослідження категорії «прибуток» дозволяє зробити висновок, що основною метою управління прибутком є забезпечення максимізації добробуту власників підприємства в поточному та перспективному періодах. В процесі управління прибутком слід узгоджувати інтереси власників з інтересами держави та персоналу підприємства. В даному контексті проблема формування, розподілу і використання прибутку підприємства є достатньо важливою, оскільки від правильного розподілу та використання прибутку залежать кінцевий результат діяльності підприємства, достатність його власних фінансових ресурсів, перспективи розвитку виробництва, можливість залучення додаткових джерел фінансування. Особливо важливими питання формування, розподілу і використання прибутку стають для підприємств, де у довгостроковому періоді прибутковість не підвищувалась, або які функціонують збитково.

Для аналізу впливу зовнішніх чинників на обсяг прибутку конкретного підприємства слід використовувати дані управлінського та маркетингового аналізу,

що мають проводитися на кожному підприємстві, інформацію спеціалізованих консалтингових фірм, статистичні дані по регіонах, країні в цілому, вибіркові статистичні та аналітичні дослідження по галузях і групах підприємств, котрі проводяться органами державної статистики [6].

З огляду на зазначене ми поділяємо позицію, за якою складовими системи управління прибутком має бути запобігання перевитрат усіх видів ресурсів, пов'язаних з виробництвом і виведенням на ринок товарів і послуг, що не користуються попитом, а також запобігання або мінімізація витрат усіх видів ресурсів, пов'язаних із виробництвом і випуском на ринок товарів і послуг, за якими стимулювання попиту не дозволить досягти цілей підприємства [4].

Підприємство має забезпечити зростання прибутковості своєї діяльності і спрямувати кошти, сформовані за рахунок усіх джерел, враховуючи чистий прибуток підприємства, амортизацію, кредити банків, цільове фінансування з бюджету на потреби, що відповідають інтересам підприємства, а саме на виборчий розвиток, зростання власного капіталу, погашення заборгованості минулих періодів перед бюджетом та інших обов'язкових платежів, підвищення прибутковості діяльності.

У випадку, коли розроблена стратегія розвитку підприємства не дозволила отримати запланований рівень прибутку, передбачається перегляд її відповідності та повторно відбувається аналіз вузьких місць діяльності підприємства. Отримання прогнозного рівня прибутковості свідчить про ефективність обраного напрямку розвитку підприємства та дозволяє і надалі продовжувати удосконалення системи стратегічного управління підприємством. Забезпечення достатнього рівня прибутковості підприємства є результатом розробки та реалізації відповідної стратегії розвитку підприємства [6].

Таким чином, механізм управління прибутковістю економічної діяльності підприємства дуже складний і багатогранний. Тільки за умов правильного та ефективного управління всіма його важелями можна досягти фінансового та соціального благополуччя на підприємстві.

Список використаних джерел:

1. Бланк А. И. Управления прибылью предприятия / А. И. Бланк. – М. : Финансы и статистика, 2005. – 456 с.
2. Воробьев Ю. Н. Финансовый менеджмент : учеб. пособ. / Ю. Н. Воробьев. – Симферополь : Таврия, 2007. – 632 с.
3. Донець Л. І. Управління формуванням прибутку підприємства в умовах ринкових форм господарювання : монографія / Л. І. Донець, С. М. Баранцева. – Донецьк : ДонНУЕТ ім. М. Туган-Барановського, 2009. – 255 с.
4. Калініченко З. Д. Використання методу левериджу в управлінні структурою прибутку й капіталу / З. Д. Калініченко // Економічний аналіз. – 2008. – № 2. – С. 121–124.

5. Покропивний С. Ф. Економіка підприємства : навч. посіб. / С. Ф. Покропивний. – К., 2007. – 293 с.
6. Савицкая Г. В. Анализ эффективности деятельности предприятия / Г. В. Савицкая. – М. : ООО «Новое издание», 2003. – 160 с.

К. е. н. Лизньова А. Ю., Шукаєва К. Ю.

Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ЕФЕКТИВНІСТЬ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОРГІВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА ТА ШЛЯХИ ЇЇ ПІДВИЩЕННЯ В УМОВАХ ЗМІННОЇ ЕКОНОМІКИ

Критерії, які дозволяють в умовах змінної економіки виявити необхідність системних змін управлінських рішень – є показниками ефективності діяльності підприємства. Які потребують комплексного підходу та системного аналізу [3].

Питання ефективності торгівельних підприємств розглядається у працях М. Бора, В. І. Іваницького, Л. Константінова, Л. Костіна, П. Малишева, Д. Правдіна, А. Рендоша, З. Соколінського, А. В. Шегди, І. Шиліна.

Відповідно визначається ефективності діяльності підприємства полягає в оцінці її результатів. Основним індикатором ефективності можуть бути обсяги товарообігу в натуральному чи вартісному виразі та прибуток [1]. Але ж сама по собі величина цих результатів не дає змоги зробити висновки про ефективність або неефективність роботи торговельного підприємства, оскільки невідомо, якою ціною отримані ці результати [2].

Розглянемо ефективність господарської діяльності торговельного підприємства ПП «ТРЕЙДАЛЬЯНС». Отже, як бачимо з табл.1 дохід від реалізації продукції протягом досліджуваного 2013-2014рр., зменшився на 2,15%, що є негативним результатом падіння попиту на продукцію. Балансовий прибуток підприємства за 2014 р. становить 6 986,4 тис. грн що на 17,4% більше за 2013 р., який становить 5 951,0 тис. грн. Ключовим елементом на підприємстві в 2014 р. став чистий прибуток на суму 5 773,5 тис. грн, що на 21,7% більше за 2013 р. Позитивний результат чистого прибутку підприємство отримало завдяки суттєвим зростанням цін.

Проаналізувавши економічну діяльність підприємства, було виявлено що найголовнішою задачею підприємства є подальше зростання розмірів прибутку, який залежить від ефективності діяльності підприємства тобто товарообігу.

Отже, дослідивши ПП «ТРЕЙДАЛЬЯНС» на основі динаміки різного роду показників ефективності, та провівши факторний аналіз прибутку, на даному підприємстві можна виділити ряд перспективних (реальних) резервів підвищення ефективності господарської діяльності, а саме.

Таблиця 1. Основні показники ефективності господарської діяльності ПП «ТРЕЙДАЛЬЯНС»

Показники діяльності	2012	2013	2014	Відхилення 2014 р. від 2013 р., %
Дохід (виторг) від реалізації продукції, тис. грн	89 711,9	109 822,0	107 483,8	-2,1
Непрямі податки та інші відрахування з доходу, тис. грн	14 545,9	18 212,0	17 580,1	-3,4
Чистий дохід (виторг) від реалізації продукції тис. грн.	75 166,0	91 612,0	89 903,7	-1,8
Інші операційні доходи, тис. грн	600,1	1 015,0	326,2	-67,8
Інші доходи, тис. грн	2 210,1	513,0	345,1	-32,7
Разом чисті доходи, тис. грн	77 976,2	93 138,0	90 575,0	-2,7
Собівартість реалізації продукції, тис. грн	49 265,5	60 011,0	59 682,8	-0,54
Інші операційні витрати, тис. грн	22 349,8	26 334,0	22 610,4	-14,17
Інші витрати, тис. грн	4 407,6	842,0	1 295,5	+53,8
Разом витрати, тис. грн	76 022,9	87 187,0	83 588,6	-4,1
Балансовий прибуток, тис. грн	1 953,3	5 951,0	6 986,4	+17,4
Податок на прибуток, тис. грн	290,0	1 208,0	1 212,9	+0,4
Чистий прибуток, тис. грн	1 663,3	4 743,0	5 773,5	+21,7

До переліку даних груп слід віднести наступні:

- пошук перспективних ринків збуту;
- збільшення товарообігу;
- оновлення деяких видів товарів;
- винагорода робітників за підсумками роботи за рік.

Слід відзначити, що політика використання прибутку підприємства «ТРЕЙДАЛЬЯНС» повинна намагатись узгоджуватися із корпоративною стратегією, що разом з тим забезпечить стійке і стабільне зростання вартості підприємства та достаток власників. Зауважимо, велику увагу товариство повинно приділяти матеріальному заохоченню працівників та розвитку соціальної сфери. Тому при прийнятті рішень про розподіл чистого прибутку, керівництво підприємства повинно знайти оптимальне співвідношення у спрямуванні додаткових фінансових ресурсів не тільки на цілі удосконалення виробничого фонду (розширення сфери діяльності, розширення торговельних площ), а і у соціальному розвитку та матеріальному заохочення працівників (додаткове за ріст об'ємів товарообігу), створення гарних умов праці, що сприяють високопродуктивній праці. Так як, головне місце у ПП «ТРЕЙДАЛЬЯНС» займає розподіл одержаного прибутку, запропоновано головні напрямки розподілу прибутку:

– найголовніше збільшити відсоток відрахувань на фонд виробничого розвитку, саме за рахунок цього фонду, підприємство буде залучати оновлений асортимент товару, тим самим збільшить товарообіг;

– соціальний розвиток, тим самим зможе гарантовану зайнятість персоналу, та відшкодувати амортизацію основних фондів, що відносяться до соціальної сфери;

– незмінним залишився резервний фонд, так як в статуті підприємства «ТРЕЙДАЛЬЯНС» прописано що кожний рік з прибутку буде відраховувати 5%.

– фонд стимулювання або заохочення дуже важливий для підприємства тому відсоток відрахувань від чистого прибутку повинен збільшитися таке рішення було прийнято для того щоб заохотити співробітників підприємства займати більш активну позицію у продажу товарного асортименту.

Список використаних джерел:

1. Габор В. А. Економічна ефективність господарської діяльності підприємств в умовах ринкового механізму / В. А. Габор // Наука молода. – 2006. – №6. – С. 12–23.
2. Прокопчук А. П. Теоретико-методологічні аспекти визначення ефективності діяльності підприємства торгівлі в сучасній науковій думці / А. П. Прокопчук // Вісник ЛКА. – Серія економічна. – 2005. – Вип. 19. – С. 245–250.
3. Верба В. А. Проектний аналіз : підручник / В. А. Верба, О. А. Загородніх. – К. : КНЕУ, 2000. – 322 с.

К.е.н. Литвиненко В. М.

ДУ «Інститут всесвітньої історії НАН України» (Україна)

КОНЦЕПЦІЇ ТРАНСНАЦІОНАЛІЗАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ КОМПАНІЇ

Одним з головних двигунів підвищення рівня наукоємності виробництва виступають ТНК, які складають основу економік найрозвиненіших країн світу та на яких припадає основна частина ПІІ. З одного боку, ТНК є продуктом міжнародних економічних відносин, а з другого, – вагомим механізмом впливу на них. Вони фактично є носіями міжнародного виробництва у світовому господарстві і створюють умови формування світового відтворювального процесу в рамках глобальної економіки.

Теоретичним осмисленням розвитку транснаціональних корпорацій займався ще в 30-х роках ХХ століття Д. Вільямс. В своїх дослідженнях він показав наявність протиріч між розвитком міжнародного виробництва та неокласичною теорією міжнародної торгівлі. Інший дослідник того часу М.Бай займався вивченням ефективності діяльності вертикально інтегрованих компаній. Однак формування основних теоретичних концепцій діяльності ТНК, обґрунтування причин їх виникнення та поширення і, загалом, суттєвий науковий розвиток проблематики транснаціоналізації господарства припадає на період 60-80-х років ХХ століття.

Аналіз досліджень теорії транснаціоналізації дозволив виокремити декілька теоретичних концепцій діяльності ТНК (рис. 1). Розкриємо стисло сутність даних концепцій.



Рис. 1. Теоретичні концепції діяльності ТНК [1]

Так, за теорією привласнення компанія, яка має конкурентні технологічні переваги, здійснює іноземне інвестування для того, щоб насамперед підвищити ефективність використання новітніх технологій та створювати нові кращі продукти. Головним чинником тут виступає отримання дешевих або якісних факторів виробництва. Цієї концепції притримувався В.Рокочі.

Згідно теорії організаційних форм, основним показником ефективності діяльності ТНК є форма її організації. Національні особливості в організаційних структурах ТНК неухильно втрачають свою вартість, і ТНК, поза залежність від розташування їх головних офісів, поступово перетворюються на наднаціональні об'єднання, які переслідують одну мету – максимізацію прибутку шляхом встановлення економічного господарювання в світовому масштабі. Головний чинник – вихід на нові ринки збуту. Прихильниками концепції були М. Акої та І. Самсон.

Відповідно до теорії ринкової влади, саме ринкова влада є основною метою діяльності ТНК. На ранніх стадіях зростання фірма розширює свою частку на національному рівні, потім – на міжнародному, шляхом злиття і поглинання, збільшуючи концентрацію виробництва і капіталу. Основним чинником є зниження рівня конкуренції. До прихильників даної концепції можна віднести С. Хаймера та В. Рокочі.

На чиннику зниження витрат виробництва побудовані теорія інтернаціоналізації, за якою мета створення ТНК полягає у зменшенні трансакційних витрат та економії на масштабі сфери діяльності (Р. Коуз, О. Вільямсон, Е. Пенроуз), та так звана «податкова» теорія, згідно якої метою прямого іноземного інвестування є прагнення ТНК зменшити обсяг податкових відрахувань двома способами: створення філії в країні з низькими податками або використання трансфертного ціноутворення, яке дає можливість зареєструвати прибутки в країнах з низькою ставкою оподаткування, незалежно від країни, в якій було отримано прибуток (В. Рокочі, О. Хорошун).

Нарешті, на чиннику підвищення конкурентоспроможності базуються концепція міжнародної конкурентоспроможності та еkleктична теорія міжнародної інвестиційної та виробничої діяльності. Основа першої – модель життєвого циклу продукту. Зростання ТНК відбувається за стадіями розвитку відповідної галузі промисловості, а динаміка розвитку кожної стадії і її тривалість визначаються життєвим циклом продукту (Р.Вернон, Р.Стобаух).

Еклектична концепція є синтезом основних положень усіх вищерозглянутих підходів і спирається на фундаментальні наукові напрями економічних досліджень: менеджмент, маркетинг, фінанси, теорію організацій, міжнародні відносини, право, економічна історія, регіональні дослідження (Дж. Даннінг). Згідно з теорією Дж. Даннінга, закономірності створення виробничих комплексів ТНК визначаються трьома основними групами факторів: переваги власності визначають, які галузі і які фірми в цих галузях найбільш схильні здійснювати міжнародну інвестиційну діяльність; переваги розміщення визначають райони здійснення діяльності ТНК, оскільки вони пов'язані з розміром ринку, забезпеченістю факторами виробництва та витратами на зв'язок і транспорт; переваги інтерналізації сприяють отриманню більш високих та тривалих прибутків завдяки створенню внутрішніх ринків.

Таким чином, прагнення фірм та країн до транснаціональної активності пояснюється в цих теоріях через акцентування на окремих групах факторів. Умови конкуренції на світовому ринку змушують компанії активізувати транснаціональну діяльність.

Список використаних джерел:

1. Терехов Є. М. Вплив транснаціональних корпорацій на розвиток національних економічних систем / Є. М. Терехов, О. В. Прокопенко // Вісник СумДУ. Серія Економіка. – 2010. – № 1. – С. 103–113.

Литвиненко В. О., Власенко М. О.

Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

БУДІВЕЛЬНИЙ БІЗНЕС В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНОЇ КРИЗИ

Будівництво – одна з найголовніших галузей народного господарства. Тут створюються основні фонди господарства. Від інших галузей будівництво відрізняється своєю продукцією (будівлі), яка є нерухомою та великогабаритною [1].

Будівельна галузь, що за сутністю своєї діяльності визначає процес і обсяги нагромадження капіталу в країні, тривалий час не виконує свою капіталоутворюючу роль. Це підтверджує низький внесок галузі у валовий внутрішній продукт країни – з 2002 р. по 2010 р. він не перевищував 5 %. Відставання темпів нагромадження капіталу у виробничій сфері та глибокі структурні диспропорції у діяльності будівельної галузі передусім зумовлені відсутністю ефективного регулювання цього бізнес-напряму на макрорівні. Причина невідповідності пов'язана з неефективною інвестиційною політикою держави. Діяльність капіталотворної будівельної галузі головним чином спрямовувалась на задоволення внутрішнього споживання домогосподарств, об'єкти ж соціальної сфери інфраструктури мали другорядне значення у продукції будівельного виробництва. Будівельний комплекс має вагомий ресурсний потенціал для швидкого економічного розвитку, але він повністю не використовується. Сутність проблеми полягає не лише у незадовільному становищі будівельного сектору на ринку капіталів, але й у розвитку самого будівельного ринку, незважаючи на великі обсяги капіталів, які обертаються в цій сфері. Значною мірою це пов'язано з тим, що найголовніша проблема будівельного ринку сьогодні – це його стійка непрозорість. Такий факт пояснюється браком системної профільної інформації, недосконалої класифікації будівельних матеріалів, типів об'єктів та одиниць вимірювань, використання «тіньових схем» у діяльності будівельних організацій, виконання ремонтно-будівельних робіт некваліфікованими бригадами. До причин, які гальмують розвиток будівельного ринку, можна віднести відсутність системи обов'язкової сертифікації на чималу кількість виготовлених будівельних матеріалів і виконання ремонтно-будівельних робіт, чим користується більшість будівельних підприємств [2].

Умови, сприятливі для нагромадження вартості капіталу у будівництві, значно скорочують здатність галузі до виконання дохідної частини бюджету. Посилення податкової спроможності галузі можливе за таких макроекономічних умов: щорічне зростання обсягів виконуваних будівельних робіт не нижче, ніж на 5%, а річна норма амортизаційних відрахувань не вища за 13,8%. Еквівалентних результатів за посилення податкового потенціалу галузі можна досягти за допомогою різних макроекономічних інструментів: стимулювальної фінансово-бюджетної

політики, пов'язаної із щорічним зростанням обсягів замовлень будівництва на 25% або ж жорсткої дезінвестиційної політики, що полягає у зниженні річної норми амортизаційних відрахувань до річної норми амортизаційних відрахувань (3,8%). Найоптимальніші умови роботи галузі, які дозволяють максимізувати вартість нагромадженого капіталу, обчислену на основі дохідного підходу: ставка ПДВ 15%, зростання обсягів виконуваних будівельних робіт на 10%, ставка за кредитами на поповнення обігових коштів і на придбання основних засобів 12,5%, норма амортизації 16,3%, строк кредитування – не більше 5 років, строк оновлення виробничих основних засобів – не більше 7–10 років. При цьому кожен відсоток зростання вартості капіталу, зумовлений наближенням макроекономічних умов функціонування галузі до найбільш сприятливих, супроводжуватиметься тривідсотковим зниженням погашення податкових зобов'язань з ПДВ. Таким чином, зростання будівельної галузі, впровадження новітніх інноваційних технологій спорудження промислових і цивільних об'єктів стане можливим лише в результаті розв'язання фундаментальної економічної суперечності між споживанням і нагромадженням: втрата податкового потенціалу є необхідною умовою збереження життєздатності галузі та її посткризового відновлення [3].

Під час економічної кризи будівельні компанії відчують відток клієнтів не лише через причини об'єктивного характеру (неплатоспроможність, перебої з поставками матеріалів, через що унеможлиблюється своєчасне виконання зобов'язань перед клієнтами тощо). Дуже важливим є збереження високого рівня обслуговування клієнтів. Тому для будівельних компаній у період кризи особливого значення набувають такі суб'єктивні фактори:

- бути готовим до кризи в будь-який момент. Якщо від кризи може постраждати бізнес, то репутація не повинна страждати за жодних умов;
- бути готовим до того, що навіть у таких непростих умовах ваш товар матиме підвищений попит, щоб вчасно викласти свій товар «на полиці»;
- не намагатися заробити все й відразу: «жадібність» компанії штовхає клієнтів у руки конкурентів;
- бути особливим навіть там, де важко виділитися: «дайте споживачеві те, чого не дають конкуренти, і вони віддячать вам за це» [4].
- не довіряти продажі стороннім. Система продажів компанії має забезпечувати та підвищувати довіру клієнтів.

Врахування вищенаведених факторів дозволить будівельним компаніям вижити у період кризи з мінімальними втратами та закласти фундамент для подальшого посткризового розвитку.

Список використаних джерел:

1. Економіка та управління національним господарством // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. – 2013. – № 4 (24).
2. Сорокіна Л. В. Дослідження впливу макроекономічних регуляторів на динаміку нагромадження капіталу у будівництві / Л. В. Сорокіна // Актуальні проблеми економіки : Науковий економічний журнал. – 2007/1. – № 1. – С. 82–90.
3. Економіка та управління національним господарством // Актуальні проблеми економіки. – 2012. – №6(132).
4. 5 факторів успіху в будівельному бізнесі під час кризи [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://forbes.ua/ua/opinions/1371658-5-faktoriv-uspihu-v-budivelnomu-biznesi-pid-chas-krizi>

Майковська М. В.

Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

**ПРОБЛЕМА УТРИМАННЯ КАДРІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ
В СУЧАСНИХ УМОВАХ**

Поза всяким сумнівом, проблема утримання співробітників стає все більш складним завданням, оскільки попит на по-справжньому цінні кадри продовжує зростати. Незважаючи на економічну ситуацію в світі і наявність високого рівня безробіття в багатьох країнах, залучення і утримання цінних співробітників залишається складним завданням.

Втрата кадрів створює перешкоди бізнесу. Вона збільшує навантаження на співробітників, що залишилися і забирає час у менеджменту і відділу кадрів [2, с. 224]. Будь-які підприємства, особливо приватні, дуже сильно залежать від своїх співробітників, тому таким компаніям необхідно мати ефективні стратегії утримання співробітників з метою запобігання негативних наслідків від втрати ключових фахівців [3, с. 202–212].

Утримання людських ресурсів – це стратегічна діяльність компанії, спрямована на те, щоб зацікавити своїх найманих працівників до подальшої роботи в штаті, незважаючи на періодичні труднощі в організації праці і можливі вигідні пропозиції іншої роботи в майбутньому.

Добре розроблена стратегія управління продуктивністю праці і талантами допомагає знизити негативний ефект, вироблений відходом співробітників.

Усі роботодавці зацікавлені в утриманні у своїй компанії не всіх найманих співробітників, а тільки незначною їх частини. Зазвичай до категорії «шуканих» і «бажаних» працівників відносяться такі фахівці:

- співробітники, яких «забрали» в компанію за допомогою рекрутингової послуги «хедхантинг»;
- персонал, від якого безпосередньо залежить збільшення прибутку компанії;

– співробітники, в навчання яких вкладено значну кількість часу, коштів і робочих активів.

Залучення нових кадрів – дорогий процес, що включає витрати на підбір персоналу і витрати по введенню нових співробітників в курс справи. Необхідно також враховувати ризики, пов'язані із залученням в організацію нового персоналу і надіями на його успішну адаптацію [1, с. 85–91]. За умови, що компанія інвестує кошти в цінні кадри, тобто вкладати ресурси в навчання співробітників, що вже працюють в компанії і сприяють її зростанню і розвитку.

Щодо питання, як утримати робітників, то існують такі методи:

1) Постійна робота над мотивацією ключових співробітників. Фінансова сторона до такого поняття як мотивація не має відношення, тому що гроші – це підсумковий розрахунок за добре виконану роботу, в той час як мотивація – це спонукання працювати і прагнути до намічених цілей без будь-яких матеріальних заохочень, а тільки з надією на результат в майбутньому. Для цих цілей керівники й управлінці виховують фінансову грамотність співробітників, проводячи регулярні збори, конференції, наради, на яких регулярно підводяться підсумки діяльності компанії з акцентом на внесок та заслуги окремих співробітників і команди в цілому. Тобто, цінні співробітники завжди знають завдяки яким саме «важелів» працює механізм компанії, вони максимально поінформовані про всі аспекти діяльності організації для того щоб розуміти свою роль, свою користь і свою значимість.

2) Матеріальні інвестиції. Це витрати, які компанія несе для стимулювання своїх співробітників. До стимулюючої частини відноситься комплексний соціальний пакет, соціальні гарантії, регулярні премії, вищий оклад або зарплата, ніж у інших співробітників. Для того щоб співробітники цінували ці привілеї, керівництво проводить прозору політику щодо матеріальних інвестицій. Тобто, цінні кадри завжди інформовані про те, скільки саме компанія витрачає на свій персонал, і можуть порівняти, що вони з боку роботодавця отримують більше матеріальних благ, ніж інші члени робочого колективу.

3) Психологічна складова. У будь-якому колективі, там, де люди контактують між собою, надзвичайно важливі такі складові як настрій, клімат, етичні принципи, внутрішня підтримка і турбота про працівників. Найчастіше від комфортного мікроклімату в колективі залежить більше, ніж від матеріальної складової.

Отже, прагнення до залучення й утримання фахівців, свідчить про те, наскільки сучасні підприємці цінують своїх співробітників. У той час як нові компанії спочатку роблять ставку на свої інновації, зростаючі приватні компанії в країнах з економікою, що розвивається все більше розраховують на інтелектуальний капітал.

Список використаних джерел:

1. Замора О. І. Основні тенденції формування і використання трудових ресурсів / О. І. Замора // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 4. – С. 85–91.
2. Колот А. М. Мотивація, стимулювання й оцінка персоналу : навч. посіб. / А. М. Колот. – К. : Вид-во КНЕУ, 2008. – 224 с.
3. Кузьмін О. Є. Оцінювання використання мотиваційного потенціалу підприємства / О. Є. Кузьмін, В. Б. Горбань // Актуальні проблеми економіки. – 2011. – № 8(122). – С. 202–212.
4. Мала С. Щодо вартості робочої сили в сільському господарстві / С. Мала // Україна: аспекти праці. – 2013. – № 1. – С. 23–27.

К. е. н. Макаренко С. М., Рябцева Т. О.

Херсонський державний університет (Україна)

**ОБґРУНТУВАННЯ МЕТОДИКИ ВИЗНАЧЕННЯ
ОПТИМАЛЬНОГО ВИДУ РЕКЛАМИ
ДЛЯ ТУРИСТИЧНИХ ФІРМ ХЕРСОНА**

У сучасних умовах розвитку бізнес-середовища істотно підвищується роль ефективної рекламної політики в адаптації функціонування підприємств до змін, що відбуваються. Однією із важливих складових конкурентоспроможності підприємства є ефективне управління рекламною діяльністю, адже розвиток ринкових відносин, посилення конкуренції вимагає проведення адекватних рекламних кампаній, повнішого використання системи маркетингових комунікацій, підвищення ефективності рекламної діяльності, застосування нестандартних рекламних заходів.

Кожне підприємство намагається стимулювати попит, розширювати клієнтуру, шукаючи шляхи підвищення конкурентоздатності та максимізації власного прибутку, тому реклама є незамінним інструментом, який дозволяє підприємствам швидко реагувати на зміни ринкової ситуації, вживати необхідних засобів активної протидії конкурентам, коригувати товарний асортимент залежно від потреб споживчої аудиторії [1].

Проведення ефективної рекламної політики є запорукою розвитку суб'єктів господарювання усіх форм власності. Разом з тим керівництво підприємств майже не в змозі визначити достовірний економічний результат від впровадження розроблених піар-компаній та інших рекламних заходів. Вітчизняні вчені, які досліджують особливості проведення рекламної політики, вважають, що для того, щоб діяльність туристичного підприємства була прибутковою, його витрати на рекламу повинні становити не більше 10-15% від загального доходу [3].

Провівши дослідження ринку туристичних послуг м. Херсона було встановлено, що майже усі туристичні фірми міста відповідно до Податкового кодексу

України відносяться до I-II групи суб'єктів господарювання, що використовують спрощену систему оподаткування. Пунктом 4 статті 291 вказаного кодексу [2] передбачено, що вказані фізичні особи-підприємці здійснюють господарську діяльність з надання послуг, у тому числі побутових, платникам єдиного податку та/або населенню, виробництво та/або продаж товарів, діяльність у сфері ресторанного господарства за умови, що протягом календарного року не використовують працю найманих осіб або кількість осіб, які перебувають з ними у трудових відносинах, одночасно не перевищує 10 осіб, а обсяг доходу не перевищує 1500000 грн. Враховуючи зазначене можна стверджувати, що для таких підприємств не раціонально використовувати масштабні піар-акції та проводити високовартісні рекламні заходи. Отже, при визначенні оптимального виду рекламних заходів потрібно керуватися безпосередньо найголовнішими цілями підприємства. Для туристичних фірм, які конкурують між собою в місті, завжди буде головним охоплення якомога більшої кількості клієнтів, здобування постійної клієнтури та утримування своїх позицій на ринку.

Малі підприємства мають охоплювати певний регіон можливої споживчої аудиторії та направляти усі зусилля на інформування громадськості та підвищення іміджу фірми. В таких ситуаціях, коли фірма є невеликих масштабів, а рекламу необхідно робити, бо інакше попит зменшиться, починають використовувати інформуючу рекламу.

Щодо визначення методів розповсюдження реклами у місті є багато мало-бюджетних варіантів, але дуже ефективних для інформування, до яких можна віднести: реклама у транспорті, міські газетні видання, біг-борди та інтернет. Виходячи з доходів туристичних підприємств міста Херсона, гранична межа яких у відповідності з Податковим кодексом України не повинна перевищувати 1,5 млн грн на рік, річні витрати на рекламу мають складати не більше 225 тис. грн.

Для того, щоб рекламна діяльність була ефективною, доцільно використовувати одразу декілька методів поширення рекламних оголошень. За станом на 1 березня 2015 року оптимальний розмір витрат на рекламні послуги для туристичних підприємств м. Херсона не повинен перевищити 112 тис. грн. на рік (газетні видання: «Гривня» – 15420,0 грн, «Із рук в руки» – 28500,0 грн, «КараванПлюс» – 12420,0 грн, створення та обслуговування власного веб-сайту – 30000,0 грн, білборди в місті – 25200,0 грн).

Разом з тим рекламна політика підприємства повинна здійснювати не лише загальні дії щодо інформування громадськості стосовно специфіки функціонування підприємства, а й забезпечити додаткове зростання чисельності постійних клієнтів. Для виконання вказаного туристичним підприємствам також потрібно здійснювати активну роботу по налагодженню взаєморозуміння між клієнтами

фірми та її працівниками з використанням сучасних методів вербального та невербального спілкування. Тут мають велике значення такі дрібниці, як майже непомітна посмішка при вітанні клієнта або пропонування кави та інших напоїв під час обговорення з клієнтом можливої подорожі. Також працівники фірми повинні намагатися зрозуміти, чим керується клієнт, приймаючи рішення про придбання туристичних послуг, з'ясувати джерела інформації, що використовують клієнти при ухваленні рішення про купівлю туристичних послуг. Вказані прийоми дозволять не лише якісно та ефективно виконувати покладені на туристичні підприємства обов'язки, а й створять безкоштовну рекламу «з вуст в уста», коли клієнт, задоволений роботою підприємства, буде розповсюджувати позитивну інформацію про надані послуги, спонукаючи інших можливих клієнтів скористатися послугами даного суб'єкта господарювання.

Проте після проведення рекламних заходів постає важливе завдання щодо визначення чисельності клієнтів, які були залучені за рахунок проведення безпосередніх рекламних заходів, та чисельності клієнтів, які звернулися до підприємства внаслідок використання безкоштовної реклами «з вуст в уста». При визначенні чисельності клієнтів, які звернулися до підприємства внаслідок використання безкоштовної реклами «з вуст в уста», пропонуємо використовувати сучасні моделі прогнозування, а саме моделі лінійної регресії типу: $y = A_0 + A_1 \cdot t$; $y = A_0 + A_1 \cdot x$; $y = A_0 + A_1 \cdot x_1 + A_2 \cdot x_2 + \dots + A_n \cdot x_n$ в залежності від рівня наявної достовірної інформації та інтенсивності змін в оточуючому бізнес-середовищі. Так, при побудові функції $y = A_0 + A_1 \cdot t$ для ПФ «Регатос» було виявлено, що внаслідок використання реклами «з вуст в уста» додатковий приріст чисельності клієнтів у зимовий період 2014/2015 років повинен складати 5 осіб або 1,1% у порівнянні з відповідним минулим періодом. Дійсний же приріст склав 75 осіб. Отже, проведення додаткових рекламних заходів дозволило збільшити кількість потенційних клієнтів на 70 осіб та збільшити чистий дохід від надання послуг майже на 70 тис. грн. Враховуючи, що послугами ПФ «Регатос» користуються на протязі усього року, то середній обсяг додаткового чистого доходу від проведення рекламних заходів складатиме біля 280 тис. грн, економічний ефект від проведення визначеної рекламної політики складатиме понад 160 тис. грн.

В ході проведеного дослідження було встановлено, що для оптимального та ефективного вибору рекламної політики туристичним фірмам м. Херсона потрібно враховувати наявні фінансові можливості та здійснювати постійні заходи щодо прогнозування попиту на послуги, що гарантуватиме керівництву підприємства виконання найголовнішої мети діяльності – максимізацію прибутку. При прогнозуванні потрібно враховувати динаміку не лише минулих років, а й, щонайменше,

зміни, які відбуваються у вартості наданих послуг та у розмірі реального доходу потенційних клієнтів.

Список використаних джерел:

1. Вакалюк А. Обсяг рекламно-комунікаційного ринку України у 2009 р. і прогноз на 2010 р. Експертна оцінка Всеукраїнської рекламної коаліції / А. Вакалюк // Маркетинг в Україні. – 2009. – №12. – С. 53–57.
2. Податковий кодекс України від 02 грудня 2010 року № 2755-VI [Електронний ресурс] / Офіційний сайт Верховної Ради України. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua>.
3. Ілляшенко Н. С. Розвиток малого бізнесу за рахунок використання інноваційних інструментів комунікаційної політики / Н. С. Ілляшенко // Вісник ХНУ. – 2011. – № 2. – С. 65–69.

Міщенко К. П.

Запорізька державна інженерна академія (Україна)

РЕЗУЛЬТАТИВНІСТЬ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЗАПОРІЗЬКИХ МЕТАЛУРГІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Гірничо-металургійний комплекс (ГМК) має значний потенціал та перспективи подальшого розвитку, оскільки Україна має у своєму розпорядженні всі необхідні для цього ресурси. Однак відсутність підтримки з боку держави та слабкий нагляд за діяльністю металургійних підприємств призводять до поступового занепаду галузі. Особливо яскраво зазначені недоліки проявили себе наприкінці 2008 року, коли підприємства найбільш забезпеченої ресурсами галузі почали працювати збитково та не могли ефективно протистояти кризовим явищам. Незначне пожвавлення господарської діяльності у 2010 році змінив ще більш глибокий занепад у 2011–2013 роках (табл. 1).

Як бачимо з таблиці, починаючи з 2011 року у всіх трьох запорізьких металургійних підприємств спостерігається постійне скорочення чистого доходу від реалізації продукції. Валовий прибуток у ПАТ «Запорізький завод феросплавів» у 2011–2012 роках взагалі мав від’ємне значення, тобто фактично підприємство реалізовувало продукцію за ціною нижче собівартості. Прибуток від операційної діяльності отримували лише ВАТ «Запоріжсталь» та ПАТ «Дніпроспецсталь» та й то у окремо узяті роки. Чистий прибуток у всіх досліджуваних підприємств був або відсутній, або не перевищував 8,2 млн. грн., при цьому ВАТ «Запоріжсталь», яке є найкрупнішим металургійним підприємством, у 2012 році отримало майже 1,5 млрд. грн чистого збитку.

Таблиця 1. Результати діяльності запорізьких металургійних підприємств у 2011–2013 роках, тис. грн (складено на основі статистичної інформації [1])

Показник	2011	2012	2013
ВАТ «Запоріжсталь»			
Чистий дохід від реалізації продукції	17 906 176	15 560 415	13 579 218
Валовий прибуток	868 754	678 502	1 294 247
Прибуток від операційної діяльності	-23 378	-957 262	365 529
Чистий прибуток/збиток	-124 084	-1 487 824	8 196
ПАТ «Запорізький феросплавний завод»			
Чистий дохід від реалізації продукції	1 568 198	1 485 069	2 251 068
Валовий прибуток	-461 354	-455 487	110 335
Прибуток від операційної діяльності	-559 536	-156 904	-42 934
Чистий прибуток/збиток	-758 920	-144 826	-126 911
ПАТ «Дніпроспецсталь»			
Чистий дохід від реалізації продукції	5 677 385	4 128 728	3 681 413
Валовий прибуток	550 865	144 503	350 841
Прибуток від операційної діяльності	227 763	-61 236	181 222
Чистий прибуток/збиток	6 394	-176 242	7 499

Така низька результативність господарської діяльності практично немає виправдань. Підприємства, що повністю забезпечені сировиною, енергією, трудовими ресурсами, мають вигідне географічне розташування та доступ до розвинутої інфраструктури, не повинні працювати збитково. Відтак можемо констатувати, що ринкові механізми не дають можливості розвивати ГМК, а тому вирішення проблем вітчизняних металургійних підприємств може знаходитися у площині прямого втручання з боку держави.

Список використаних джерел:

1. Агентство з розвитку інфраструктури фондового ринку України [Електронний ресурс]. – <http://smida.gov.ua>
2. Воронко О. С. Економічний аналіз : навч. посіб. для ВНЗ / О. С. Воронко, Н. П. Штепа. – Львів : Новий Світ – 2000, 2011. – 278 с.

Могильна О. В., к. е. н. Скрипник Н. Є.

Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара, Україна

СУЧАСНІ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УМОВАХ СИСТЕМНОЇ ФІНАНСОВОЇ КРИЗИ

Євроінтеграція України, вихід підприємств на фінансові, товарні та інші ринки, постійно зростаюча конкуренція висувають нові вимоги до виробничого, фінансово-економічного, управлінського та трудового потенціалу господарських суб'єктів. На жаль, багато вітчизняних підприємств не відповідають цим вимогам,

а тому виявляються в складному фінансовому, нерідко навіть кризовому стані. Це і обумовлює актуальність даної теми.

За даними політико-економічного дайджесту «Горизонти» 2014 р., для економіки України показові такі статистичні дані: до 98% великих комерційних підприємств не мають антикризових планів, близько 80% не мають стратегії розвитку в період кризи [1].

Для успіху організації необхідні цілеспрямована концентрація сил і правильно обрана стратегія. Іншими словами: хто краще планує свою стратегію, той швидше досягає успіху.

Сутність стратегії підприємства за умов посиленої нестабільності середовища розкрита у роботах чисельних вітчизняних та зарубіжних науковців, таких, як І. Ансофф, К. Боум, О. С. Віханський, О. П. Градов, Л. Г. Зайцев, Р. М. Кобринич, М. І. Круглов, В. Д. Маркова, Г. Мінцберг, В. Д. Немцов, С. В. Оборська, Г. В. Осовська, М. Портер, А. Д. Стрікланд, А. А. Томпсон, М. В. Туленков, Е. П. Уткін, Р. А. Фатхутдінов, Д. Хассі, З. Є. Шершньова та інших. Їх методичні підходи активно використовуються і дотепер.

Антикризові стратегії – це стратегії, які оптимізують поведінку підприємств в умовах спаду в галузі, стійкого зниження основних фінансових показників діяльності підприємств і загрози банкрутства [2].

Якщо підприємство займає стійкі ринкові позиції і має на меті подальше зростання обсягів збуту, прибутку та масштабів діяльності, воно має три шляхи:

- інтенсифікація існуючих можливостей та ресурсів фірми – інтенсивне зростання;
- об'єднання зусиль з іншими підприємствами – інтегративне зростання;
- вихід в інші сфери бізнесу, які не пов'язані з основною діяльністю підприємства – диверсифікаційне зростання .

У разі нестійкої позиції підприємства на ринку, стратегії розвитку можна розділити за напрямками діяльності підприємства:

1. Фінансовий напрямок діяльності підприємства:

Ціль 1: «усунення неплатоспроможності»: продаж короткострокових фінансових вкладень, дебіторської заборгованості, запасів готової продукції, надмірних виробничих запасів; продаж інвестицій (деінвестування); продаж нерентабельних виробництв та об'єктів невиробничої сфери;

Ціль 2: «відновлення фінансової стійкості»: зупинка нерентабельних виробництв; виведення зі складу підприємства витратних об'єктів; форвардні контракти на поставку продукції за фіксованою ціною та інші;

Ціль 3: «забезпечення фінансової рівноваги в довгостроковому періоді»: прискорення оборотності активів до рівня не нижче середньогалузевого; забезпечення рентабельності продажів продукції на рівні не нижче середньогалузевого.

2. Техніко-технологічний напрям діяльності підприємства:

Ціль 1: «економія постійних (умовно-постійних) операційних витрат»: відмова від оренди надлишкових активів; відстрочка покупки активів, які знадобляться лише через певний час; продаж активів, які кваліфікуються як функціонуючі (надлишкові), які можуть бути продані або здані в оренду до виникнення в них потреби та інші.

Ціль 2: «економія на умовно-змінних витратах»: перехід на режим ресурсозаміщення; перехід на режим ресурсозбереження;

Ціль 3: «зниження ризику неплатежів контрагентів по операціях»: виявлення надійних і ненадійних контрагентів (постачальників, замовників); впровадження в практику управління методів оцінки платоспроможності, дієздатності та наявних і потенційних контрагентів.

3. Маркетинговий напрямок діяльності підприємства:

Мета: «підвищення ефективності управління конкурентоспроможністю»: визначення ключових факторів успіху бізнесу; перегляд складових комплексу маркетингу; формування пріоритетності маркетингової діяльності по відношенню до виробничої та інші [3].

На мою думку, для кризових умов вибір стратегічних альтернатив для організацій, які здатні забезпечити собі стабільний розвиток, обмежується або концентрованим зростанням, або диверсифікацією. Організації, які не можуть втримати попередню частку ринку та темпи зростання при зменшенні інвестування у розвиток, змушені перейти до стратегій скорочення, що є характерним для функціонування за фінансової кризи.

Отже, системна фінансова криза негативно позначається на багатьох компаніях. Але досвід показує, що будь-які кризи зазвичай благополучно закінчуються, а пік напруженості, як правило, не такий тривалий, як може здаватися на самому початку кризи. Тому, незважаючи на складність ситуації, компаніям не слід забувати про свій довгостроковий розвиток і стратегічні пріоритети і заходи.

Список використаних джерел:

1. Кругберг Д. Корпоративна стратегія компанії в період кризи / Д. Кругберг, Т. Іванова // Дзеркало тижня. – 2014. – №17 (745). – 16 трав.
2. Чернявський, А. Д. Антикризове управління підприємством / А. Д. Чернявський. – К. : МАУП, 2010.
3. Бартон Д. Успешные стратегии в условиях кризиса / Д. Бартон, Р. Ньюел, Г. Уилсон // Вестник МакКинзи. – 2013. – № 20.

К. е. н. Морщенок Т. С., Литвиненко Ю. С.

Запорізька державна інженерна академія (Україна)

БЕЗРОБІТТЯ В УКРАЇНІ: СТАН, ПРИЧИНИ ТА НАСЛІДКИ

Безробіття та зайнятість населення є одними із найважливіших соціально-економічних проблем України. Надмірне безробіття має негативний вплив на економіку країни, саме тому вивчення цього питання на сьогодні є надзвичайно актуальним, а державна політика повинна бути спрямована на досягнення високого рівня зайнятості населення.

У Законі України «Про зайнятість населення» безробітними вважаються працездатні громадяни у працездатному віці, які через не залежні від них причини не мають заробітку і трудового доходу, зареєстровані у державній службі зайнятості як особи, що шукають роботу [1]. У реальному житті безробіття виступає як перевищення пропозиції робочої сили над попитом на неї. Причин безробіття дуже багато, одними з яких є: спад економіки; структурні зрушення; технологічний прогрес та запровадження нових технологій. Це пов'язано, передусім, з мізерними інвестиціями, низьким рівнем запровадження сучасних технологій в економіку тощо [2, с. 85].

За даними Державної служби зайнятості [3] станом на 1 березня 2015 року кількість зареєстрованих безробітних становила 523,1 тис. осіб. В той же час слід зазначити, що вагомий внесок до формування безробіття в Україні здійснює прихована його форма, тобто небажання чи неможливість значної частини безробітних осіб працездатного віку реєструватися в службах зайнятості [4].

За останніми оприлюдненими даними Державної служби статистики України, рівень безробіття населення віком 15–70 років, визначений за методологією Міжнародної організації праці, в Україні в середньому зріс з 7,1% (січень-вересень 2013 р.) до 8,9% (січень-вересень 2014 р.) економічно активного населення [3].

Виникнення безробіття тягне за собою такі наслідки: посилення соціальної напруги; зростання кількості психічних захворювань; посилення соціальної диференціації; загострення криміногенної ситуації; падіння трудової активності; скорочення податкових надходжень; зменшення ВВП; падіння життєвого рівня населення; зростання витрат на допомоги безробітним.

Попри всі негативні наслідки, безробіття має й позитивні свої сторони: підвищення соціальної цінності робочого місця; збільшення особистого вільного часу та свободи вибору місця роботи; зростання соціальної значимості й цінності праці; зростання конкуренції між працівниками; стимулювання підвищення інтенсивності та продуктивності праці; можливість для безробітного використати перерву в зайнятості для перенавчання; підвищення рівня освіти [4].

Для подолання безробіття потрібно проводити комплекс заходів: реалізація програм зайнятості; приведення законодавства країни у відповідність до міжнародних норм тощо. Основним напрямом регулювання зайнятості має стати наладження та реалізація соціальної політики, а саме: сприяння повній та продуктивній зайнятості; підвищення рівня грошових доходів за допомогою докорінного реформування оплати праці та пенсійного забезпечення; стабілізація кількості економічно доцільних і створення нових робочих місць для запобігання масовим звільненням; використання гнучких форм роботи і режимів робочого часу, що дозволить розширити можливості для зайнятості без збільшення кількості робочих місць; глибоке вивчення потреб регіональних ринків праці для визначення напрямків підготовки спеціалістів; розробка системи кредитного стимулювання і пільгового оподаткування для нових ефективних робочих місць (але слід зважати на те, що такі заходи не повинні стати перепорою для раціональної зайнятості); заходи щодо забезпечення умов екологічної безпеки, охорони здоров'я та життєдіяльності населення [5].

До заходів щодо сприяння зайнятості населення відповідно до Закону України «Про зайнятість населення» належать [1]: професійна орієнтація та професійне навчання; стимулювання діяльності роботодавців, спрямоване на створення нових робочих місць та працевлаштування безробітних; створення умов для самозайнятості населення та підтримка підприємницької ініціативи; сприяння забезпеченню молоді першим робочим місцем та запровадження стимулів для стажування на підприємствах, в установах та організаціях незалежно від форми власності, виду діяльності та господарювання, фізичних осіб, які застосовують найману працю, молоді, яка навчається; сприяння зайнятості інвалідів; забезпечення участі безробітних у громадських роботах та інших роботах тимчасового характеру.

Таким чином, безробіття розглядається як соціально-економічне явище, для якого характерним є незайнятість частини робочої сили (економічно активного населення) у сфері економіки. Високий рівень безробіття – це проблема, яку потрібно вирішувати і яка потребує глибокого наукового аналізу та вироблення на цій основі практичних рекомендацій, які можуть використовуватися для розробки і реалізації ефективної соціально-економічної політики, направленої на забезпечення продуктивної зайнятості економічно активного населення країни, зменшення рівня безробіття до мінімального соціально-допустимого рівня.

Список використаних джерел:

1. Закон України «Про зайнятість населення» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/5067-17/page2>
2. Лопатіна К. А. Стан та напрями ліквідації проблеми безробіття в Україні / К. А. Лопатіна // Управління розвитком. – 2011. – №16(113). – С. 85–86.

3. Статистична інформація Державної служби зайнятості [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.dcz.gov.ua>
4. Машика Ю. Стан та динаміка безробіття в Україні та країнах ЄС [Електронний ресурс] / Ю. Машика. – Режим доступу : <http://oldconf.neasmo.org.ua/node/3000>.
5. Дорошко О. О. Безробіття в Україні та шляхи його подолання [Електронний ресурс] / О. О. Дорошко. – Режим доступу : <http://www.economy.nayka.com.ua/?operation=1&iid=506>

Перебийніс О. А.

Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

**ЗМІСТОВНА ХАРАКТЕРИСТИКА ВИРОБНИЧИХ РЕСУРСІВ
ПІДПРИЄМСТВА ТА ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ
ЇХ ВИКОРИСТАННЯ**

Забезпечення стійкої конкурентоспроможності підприємства та підвищення ефективності його функціонування в умовах фінансової нестабільності безпосередньо залежить від ефективності використання його виробничих ресурсів. Поняття «виробничі ресурси підприємства» дуже поширене, але його вивченню присвячено небагато праць, що зумовлює актуальність дослідження цієї економічної категорії. Для визначення сутності категорії «виробничі ресурси підприємства» розглянемо поняття «ресурс». Термін «ресурс» походить від французького *resource* – допоміжний засіб, та тлумачиться як засоби, запаси, можливості, джерела доходів. Під засобами розуміють прийоми, способи дії для досягнення чого-небудь, а також предмети, пристосування (або їх сукупність), необхідні для здійснення будь-якої діяльності [7, с. 66].

Виробничі ресурси – це ресурси підприємства, які використовуються у процесі виробництва (земля, капітал, праця, інформація, підприємницька здатність). Земля – всі природні ресурси, які використовуються у виробничому процесі (землі, ліси, родовища, водні ресурси). Капітал – засоби виробництва; виробнича інфраструктура; грошові кошти, які використовуються для придбання засобів виробництва. Праця – фізичні і розумові здібності людей, вживані при виробництві товарів і послуг. Інформація – впорядкована система знань. Підприємницька здібність – процес пошуку нових можливостей, заповзятливість, здібність до ризику. Всі ресурси є не безкоштовними, обмеженими і рідкими.

Поняття виробничих ресурсів має не лише важливе наукове, а й практичне значення в діяльності українських підприємств, оскільки чітке уявлення про його зміст визначає обґрунтований підхід до його оцінки. Сучасний аналіз підвищення ефективності виробництва в економічній літературі та практиці найчастіше пов'язу-

ють лише з оцінкою змін показників обсягів виробництва підприємства проти запланованих, а також з оцінкою змін цих показників у динаміці.

При такому підході не береться до уваги необхідний для ефективного управління виробництвом можливий вплив використання виробничих ресурсів на такі важливі кінцеві показники роботи підприємства як обсяг реалізації та прибуток від операційної діяльності підприємства, що не стимулює раціонального використання виробничих ресурсів.

Для поширеної характеристики використання всіх ресурсів підприємства доцільно також доповнити існуючу систему показників ефективності використання виробничих ресурсів додатковими показниками, які розраховувати як відношення виручки від реалізації (доходу), а також прибутку від операційної діяльності підприємства до величини відповідних ресурсів: матеріальних, трудових та основних фондів.

Необхідно розглядати результати кількісних та якісних змін у взаємозв'язку, тобто здійснювати комплексний взаємопов'язаний аналіз ефективності використання виробничих ресурсів та формування прибутку, завершуючи його аналітичними розрахунками по вияву резервів росту не тільки обсягу виробництва, а й прибутку, який можливо отримати за рахунок покращення використання всіх виробничих ресурсів.

Глибинними факторами є за своєю сутністю лише техніко-економічні та організаційні заходи, бо це відповідає наданій в економічній енциклопедії характеристиці їх сутності як дійових сил процесу підвищення ефективності виробництва та реалізації продукції. Саме ці фактори викликають різні зміни в ефективності виробництва, що відбиваються як у змінах обсягу виробництва та реалізації, а також у змінах окремих витрат, тобто собівартості продукції, й у кінцевому результаті, у змінах фінансових результатів підприємства, таких як збільшення прибутку та зростання рівнів рентабельності підприємства.

Для підвищення ефективності використання виробничих ресурсів необхідно: поширити характеристику та систему показників ефективності використання виробничих ресурсів за рахунок показників ринкової ресурсовіддачі; з метою визначення впливу використання виробничих ресурсів на фінансові результати можна розраховувати (у вигляді відповідних коефіцієнтів) співвідношення між прибутком від реалізації продукції та потенційним прибутком, що міститься у товарному випуску продукції; а також співвідношення між прибутком від звичайної діяльності та прибутком від основної операційної діяльності, а потім ураховувати ці коефіцієнти у мультиплікативних моделях, які характеризують зв'язки факторів використання виробничих ресурсів з фінансовими результатами; необхідно більше

уваги приділяти етапу виявлення резервів підвищення ефективності виробництва з урахуванням існуючих різноманітних ризиків. А для досягнення цієї мети доцільно, замість методик пошуку резервів на основі запобігання втрат продукції використовувати методику виявлення резерву зростання випуску продукції за рахунок зменшення витрат ресурсів на одиницю продукції у зв'язку із впровадженням науково-технічного прогресу і передового досвіду.

Список використаних джерел:

1. Матросова Л. Н. Актуальные проблемы современной экономики Украины : монография / Л. Н. Матросова. – Луганск : Копицентр, 2009. – 192 с.
2. Базилінська О. Я. Фінансовий аналіз: теорія та практика навч. посіб. для студентів ВНЗ / О. Я. Базилінська. – К. : Центр навчальної літератури, 2009. – 328 с.
3. Бизнес-словарь [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.businessvoc.ru/bv/TermWin.asp?theme=&word_id=17419
4. Геєць В. М. Суспільство, держава, економіка: феноменологія взаємодії та розвитку / В. М. Геєць. – К., 2009. – 864 с.
5. Грабовецький Б. Є. Економічний аналіз : навч. посіб. / Б. Є. Грабовецький. – К. : Центр навчальної літератури, 2009. – 256 с.
6. Економіка підприємства: підручник / Й. М. Петрович, А. Ф. Кіт, Г. М. Захарчин та ін. ; за заг. ред. Й. М. Петрович. – 2-ге вид., випр. – Л. : Магнолія, 2007. – 580 с.
7. Крамаренко Г. О. Економічний аналіз: [слайд-конспект] / Г. О. Крамаренко. – Д. : Вид-во ДУЕП, 2007. – 215 с.
8. Савицька Г. В. Економічний аналіз діяльності підприємства : підручник / Г. В. Савицька. – К. : Вид-во навч. літ-ри, 2006. – 654 с.

Правда Д. Є., Власенко М. О.

Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА УКРАЇНИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Мале підприємництво – це важлива складова ринкового господарства, невід'ємний елемент конкурентного механізму. Малими (незалежно від форми власності) визнаються підприємства, у яких середньооблікова чисельність працюючих за звітний (фінансовий) рік не перевищує п'ятдесяти осіб, а обсяг валового доходу від реалізації продукції (робіт, послуг) за цей період не перевищує суми, еквівалентної п'ятистам тисячам євро за середньорічним курсом Національного банку України щодо гривні [1]. Мале підприємництво дає ринковій економіці гнучкість, мобілізує фінансові і виробничі ресурси населення, вирішує проблему зайнятості та інші соціальні проблеми ринкового господарства.

У ринковій економіці мале підприємництво виконує цілий ряд життєво важливих функцій, серед яких сприяння розвитку структурних змін; формування

конкурентного середовища; вирішення проблеми зайнятості і мотивації продуктивної праці; втілення специфічних потреб споживачів, формування індивідуального попиту; забезпечення бази для становлення середніх та великих підприємств у майбутньому; підтримка соціальної та політичної стабільності.

Вітчизняне мале підприємництво протягом 2006–2008 рр. характеризувалося позитивною динамікою, яка демонструвала постійне збільшення кількості суб'єктів господарювання, чисельності зайнятих робітників та обсягів реалізації продукції. У структурі малих підприємств більшу частину (58,9%) представляли підприємства оптової і роздрібної торгівлі (торгівля, ремонт автомобілів, побутових виробів та предметів особистого споживання), 12,5% – по здійсненню операцій з нерухомістю (операції з нерухомим майном, оренда, інжиніринг та надання послуг підприємцям), 10,6% – промисловість, 6,9% – будівництво, 4,0% – діяльність транспорту та зв'язку, 3,3% – сільського господарства, мисливства та лісового господарства тощо [2]. Нажаль, фінансово-економічна криза 2008-2009 рр. негативно позначилася на діяльності малих підприємств як найбільш уразливого сектора бізнесу і надалі мале підприємництво сповільнило темпи зростання.

Окрім кризи 2009 року розвиток малого та середнього бізнесу сповільнюють: відсутність дієвого механізму реалізації державної політики відносно підтримки малого підприємництва; значний податковий тягар; низькі темпи в процесі реформування власності; обмеженість матеріальних фінансових ресурсів; недосконалість системи статистичної звітності малого підприємництва та ін. [3].

Суттєвий вплив на розвиток малого бізнесу має кредитна політика банків, а точніше – її негнучкість у посткризових умовах. Банківські установи не надають кредитів на започаткування власної справи. Банки вимагають не менше 6 місяців успішної підприємницької діяльності під достатньо високі проценти за кредитами для початківців, що пояснюється високими ризиками діяльності підприємця-початківця та несприятливими макроекономічними умовами в Україні. Не сприяє розвитку малого підприємництва в Україні й недосконалість бюрократичної системи. Як свідчать опитування, через хабарництво майже половина щойно відкритих малих підприємств змушена закриватись [4].

Обсяги малого підприємництва в Україні значно менші за відповідні показники у країнах Європи. Станом на 2013 р. в Україні було зареєстровано 1,6 млн суб'єктів господарювання, з яких 365 тис. підприємств і 1,235 млн. фізичних осіб-підприємців. За наступний рік кількість підприємств збільшилася ще на 50,26 тис. Незважаючи на досить високі кількісні показники малих і середніх підприємств в Україні, за різними оцінками, вони виробляють від 7 % до 15 % ВВП. Згідно з даними Федерації роботодавців України, 85% української економіки створюється приблизно трьома сотнями великих підприємств, і лише 15% ВВП генерується

малим і середнім бізнесом. У той же час, в Австрії цей показник сягає 45% ВВП, а в Німеччині – 60% [5].

Для ефективного розвитку малого підприємництва в Україні необхідно створити механізм ефективної взаємодії між державою та підприємницьким сектором. Його відсутність засвідчується тим, що малі підприємства ще не відіграють вагомої ролі в економіці України. Це проявляється й у тому, що вони не стали одним із важливих засобів усунення диспропорцій на окремих товарних ринках, створення нових робочих місць і скорочення безробіття, активізації інноваційних процесів, розвитку конкуренції, швидкого насичення ринку товарами й послугами. Становлення малого бізнесу в Україні – це тривалий процес, який повинен мати певну етапність, виходячи з економічного стану країни, існуючих проблем на макро- та мікрорівнях [6].

Тож актуальною проблемою для підприємництва України є не лише збільшення кількості малих підприємств, а й підвищення його ефективності і формування середнього класу населення як такого. Адже в умовах інтеграції до європейських та світових ринків і суспільної глобалізації виробництва формування середнього класу є запорукою розвитку економіки та покращення рівня життя в Україні.

Список використаних джерел:

1. Лист Державного комітету України з питань регуляторної політики та підприємництва № 4264/0/2-07 від 14.06.2007 «Про визначення термінів «мале» та «середнє» підприємство».
2. Державний комітет статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua
3. Національна платформа малого та середнього бізнесу в Україні (Дослідження про розвиток МСП) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://msb.enarod.org/sme-problems-needs-and-perspectives>
4. Мережа розвитку інноваційного підприємництва (Аналітичний матеріал «Бізнес-інкубація в Україні») [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.novekolo.info>
5. Географія українського бізнесу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://delo.ua/ukraine/geografija-ukrainskogo-biznesa-infografika>
6. Максименко Н. Д. Проблеми розвитку малого бізнесу в Україні / Н. Д. Максименко // Вісник НТУ «ХПІ». – 2013. – № 6 (980). – С. 128–131.

Романова Н. С., Рябик Г. Є.

Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

МОДЕРНІЗАЦІЯ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ У СУЧАСНИХ УМОВАХ

Ще з часів СРСР актуальною стає проблема модернізації, несвоєчасної заміни чи оновлення основних засобів на підприємствах. В сучасній системі ринкових економічних відносин актуальність цієї проблеми значно підвищилася, у зв'язку

з постійним прискоренням темпу життя та посиленням конкурентних процесів. Для того, щоб сучасна продукція, або послуги, були якісними, надійними, конкурентоспроможними та привабливими як для споживача так і для виробника, потрібно мати відповідні виробничі потужності. Технології не стоять на місці, це стосується в першу чергу засобів виробництва, які повинні змінюватися разом з ними.

Проблемі модернізації та оновлення основних засобів присвячені роботи багатьох зарубіжних та вітчизняних вчених, таких як: Р. З. Акбердіна [1], А. М. Водянова [2], І. Б. Ромашової [3] та інших. В них визначено основні елементи модернізації основних засобів, охарактеризовано особливості даного процесу. Але, у сучасних умовах науково-технічного прогресу дуже важливим залишається питання модернізації та оновлення основних виробничих засобів.

На сьогоднішній час національна економіка потребує ґрунтовної, повномасштабної модернізації основного капіталу, яка дозволить створити конкурентоспроможні виробництва, привести техніко-технологічну базу підприємств до стандартів індустріально розвинутих держав.

Нині, в умовах політичної та економічної кризи, в Україні склалась несприятлива ситуація в сфері забезпеченості промислових підприємств основним капіталом, ефективності використання основних виробничих фондів та їх відтворення. Основними напрямками відновлення основних засобів промислових підприємств являються: ремонт, модернізація та реконструкція.

Модернізація, як один зі способів відновлення основних засобів, повинна мати на увазі не лише удосконалення існуючих засобів, а і якісну заміну їхніх складових, купівлю та створення нових, найсучасніших, вискоєфективних видів машин і обладнання та необхідного устаткування. Таким чином, модернізація – це вдосконалення діючого обладнання з метою запобігання його морального старіння та підвищення техніко-експлуатаційних параметрів до сучасного рівня вимог [4].

Однією з головних причин техніко-технологічного відставання України є надто повільна модернізація та недостатня кількість інвестицій у основний капітал вітчизняних підприємств. За даними Державної служби статистики України [5] вартість основних засобів у 2000–2013 роках становить (табл. 1).

Проаналізувавши дані державної статистики України можна зробити висновок, що ступінь зносу основних засобів на вітчизняних підприємствах з 2000 по 2013 рік переважно збільшувався. Лише у 2005 та 2009 роках спостерігається незначне покращення цього показника. Це свідчить про те, що вітчизняні підприємства не достатньо піклуються про оновлення та модернізацію своїх основних засобів, що призводить до старіння обладнання, а отже до погіршення фінансових результатів підприємств. Використання морально та фізично застарілого обладнання

приводить до нераціонального використання сировини, матеріалів, палива, енергії, збільшення матеріальних і трудових витрат на їх ремонт і обслуговування. У зв'язку з цим вітчизняна продукція має низьку якість і стає неконкурентоспроможною.

Таблиця 1. Вартість основних засобів у 2000-2013 роках

	У фактичних цінах на кінець року, млн. грн		Ступінь зносу, %
	Первісна (переоцінена) вартість	Залишкова вартість	
2000	828 822	466 448	43,7
2001	915 477	503 278	45,0
2002	964 814	512 235	47,2
2003	1 026 163	538 837	48,0
2004	1 141 069	587 453	49,3
2005	1 276 201	661 565	49,0
2006	1 568 890	774 503	51,5
2007	2 047 364	993 346	52,6
2008	3 149 627	1 251 178	61,2
2009	3 903 714	1 597 416	60,0
2010	6 648 861	1 731 296	74,9
2011	7 396 952	1 780 059	75,9
2012	9 148 017	2 135 987	76,7
2013	10 401 324	2 356 962	77,3

Отже, сучасне середовище, у якому постійно зростає вплив науково-технічного прогресу на ефективність використання основних засобів, передбачає постійну модернізацію та оновлення свого обладнання, до того рівня, який би відповідав сучасним вимогам.

Таким чином, головною проблемою уповільнення технічного оновлення та модернізації основних засобів є збереження успадкованої з радянських часів екстенсивної моделі нагромадження основних засобів. Інтенсифікація процесу нагромадження можлива за таких умов: поява реальних інвестицій в основний капітал та підвищення ефективності відтворення основного капіталу.

Список використаних джерел:

1. Акбердин Р. З. Экономика обновления парка оборудования в машиностроении / Р. З. Акбердин. – М. : Машиностроение, 1987. – 184 с.
2. Водянова А. М. Промышленные мощности: состояние и использование / А. М. Водянова // Экономист. – 1999. – №9. – С. 38–44.
3. Ромашова И. Б. Управление основным капиталом / И. Б. Ромашова // Финансы и кредит. – 2004. – №5. – С. 9–16.
4. Величко В. В. Економіка підприємства : навч. посіб. / В. В. Величко. – Х. : Харк. нац. акад. міськ. госп-ва, 2010. – 169 с.
5. Електронний ресурс. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>

Рябик Г. Є.

Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

**ПЕРСПЕКТИВИ ТА МОЖЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ
НАЯВНОГО ДОСВІДУ НОРМУВАННЯ ПРАЦІ**

Конкурентне суперництво є невід’ємною складовою функціонування ринкового механізму, важливою умовою неухильного підвищення ефективності підприємницької діяльності підприємства в умовах ринку. Одним із важливих напрямків підвищення конкурентоспроможності підприємства виступає підвищення ефективності використання праці робітників, що полягає в скороченні витрат їх праці, в її інтенсифікації, в скороченні витрат підприємства на оплату праці. Світовий досвід свідчить, що ефективна робота в даному напрямку можлива лише за умови постійного нормування живої та уречевленої праці. Тому сфера застосування норм праці в провідних країнах світу розширюється аж до мікропроцесів.

Питаннями нормування праці почав займатись видатний американський інженер Ф. У. Тейлор (1856–1915), якого вважають основоположником принципів наукової організації праці. Сьогодні проблемами підвищення ефективності нормування праці займаються багато вчених, таких як: І. В. Багрова, М. І. Бухалков, Б. М. Генкін, В. Данюк, Г. Райковська, А. Колот, А. Леошкін, та ін. [1–7].

Нормування праці – це встановлення кількості та якості праці, необхідної для виконання конкретної роботи, виготовлення конкретної продукції у певних організаційно-технічних мовах виробництва [4].

На сьогоднішній час праця більшості працівників сучасних підприємств не є обґрунтованою кількісно та якісно, що суперечить сутності ринкових відносин.

Виконання робітниками трудового процесу на підприємстві завжди залежить від того, чи виконується він вручну або за допомогою механізмів. Від цього залежить величина затрат праці. Будь-які зміни технічного рівня виробництва завжди викликають прагнення знизити витрати виробництва, що, в свою чергу, потребує вдосконалення не лише засобів та предметів, а й самої праці виконавця.

В сучасних роботах, присвячених науковій організації праці та безпосередньо технічному нормуванню праці розглядаються методи нормування: аналітичний, укрупнений та досвідно-статистичний (сумарний) [1].

Заснований ще Тейлором аналітичний метод нормування базується на безпосередньому вимірюванні витрат часу на виконання певних операцій та видів робіт за допомогою хронометражних спостережень, запропонованих Ф. Гілбретом. Даний метод зводиться до розчленування трудових операцій на прості трудові прийоми, встановлення надлишкових та непродуктивних операцій, вивчення способів

виконання висококваліфікованим робітником окремих елементів роботи та відбору з них найбільш вдалих та інтенсивних.

Система Тейлора стала підґрунтям для сучасних систем організації праці на багатьох промислових підприємствах й широко використовувалась при формуванні та розвитку школи «наукової організації праці» та «наукового менеджменту».

Слід зазначити що, сьогодні питанням нормування праці на вітчизняних підприємствах увага практично не приділяється. Проте, в умовах політичної та економічної кризи, проблема організації нормування праці та пошук шляхів його вдосконалення як ніколи набуває актуальності. Останні роки керівництво вітчизняних підприємств приділяло більше уваги не стільки соціально-економічному розвитку самого підприємства, скільки збагаченню. В свою чергу, це призвело не тільки до кризи економічної, а й соціальної. Підприємствам більш вигідно купувати товар за кордоном та перепродавати на внутрішньому ринку, ніж розробити програму забезпечення власних робітників робочими місцями й роботою. Дана ситуація пов'язана з тим, що трудовитрати, які закладені у вартість закордонних товарів значно менші за вітчизняні. В даному контексті не можна не зупинитись на причинах таких значних витрат праці на українських промислових підприємствах.

Справа в тому, що останнім часом на підприємствах все частіше використовують сумарні методи нормування праці. Такі методи засновані на встановленні норм праці на основі досвіду нормувальника (досвідний робіт (статистичний метод)). Слід зауважити, що основна вада норм, встановлених сумарним методом, це неможливість фіксувати наявні недоліки в організації виробництва, відображати наукові досягнення. Такі норми не орієнтовані на передовий досвід, не враховують зростання технічної озброєності, впровадження нової техніки, поліпшення його організації та вдосконалення праці, тому їх не можна вважати прогресивними. Поширення застосування описаних норм на вітчизняних підприємствах і стало причиною перевитрат праці та здороження вітчизняної продукції.

Список використаних джерел:

1. Багрова І. В. Нормування праці : навч. посіб. / І. В. Багрова. – К. : Центр навчальної літератури, 2003. – 212 с.
2. Бухалков М. И. Организация и нормирование труда : учебник для вузов / М. И. Бухалков. – М., 2007. – 400 с.
3. Генкин Б. М. Организация, нормирование и оплата труда на промышленных предприятиях : учебник для вузов / Б. М. Генкин. – М. : НОРМА, 2003. – 400 с.
4. Данюк В. М. Нормування праці. Зб. завдань і вправ : навч. посіб. / В. М. Данюк, Г. О. Райковська за заг. ред. В. М. Данюка. – К.: КНЕУ, 2006. – 268 с.
5. Економіка праці та соціально-трудові відносини : навч. посіб. / С. М. Пилипенко, М. В. Горобинська, Л. І. Піддубна та ін. – Х. : Вид-во ХНЕУ, 2008. – 296 с.

6. Колот А. Нормування праці і його роль у функціонуванні економіки ринкового типу / А. Колот // Україна: аспекти праці. – 1998. – № 3. – С. 46–50.
7. Организация и нормирование труда : учеб. пособ. для вузов / под ред. В. В. Адамчука / ВЗФЭИ. – М. : Финстатинформ, 2000. – 301 с.

Салтан А. Л.

Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ПРОДУКТИВНІСТЬ ПРАЦІ ПЕРСОНАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

В умовах ринкових відносин завдання підвищення продуктивності праці як джерела реального економічного прогресу підприємства стає життєво важливою передумовою для подальшого розвитку економіки. Як показує світовий досвід останніх десятиліть економічними лідерами стають не ті країни, які мають значні ресурси, а ті, які досягли високої продуктивності праці. Багатогранна проблема підвищення продуктивності праці стала предметом уваги багатьох зарубіжних дослідників, зокрема – Д. Сінка, Ф. Тейлора, Г. Емерсона, Б. Генкіна, Р. Колосової, Р. Яковлєва та ін. Серед українських дослідників істотний внесок у вивчення цього питання належить А. Ревенко, А. Колоту, Т. Заяць, Г. Кулікову, О. Грішновій. Вчений Д. С. Сінк визначав, що продуктивність праці – це відношення кількості продукції, виробленої даною системою за даний період часу, до кількості ресурсів, спожитих для створення цієї продукції за той же період часу [1]. За думкою В. І. Гринчуцького, продуктивність праці характеризує ефективність, результативність витрат й визначається кількістю продукції, виробленої в одиницю робочого часу, або витратами праці на одиницю виробленої продукції або виконаних робіт [2].

Продуктивність праці – це ефективність затрат конкретної праці, яка визначається кількістю продукції, виробленої за одиницю робочого часу, кількістю часу, витраченого на одиницю продукції. Узагальнюючі наукові погляди, можна зробити висновок, що продуктивність праці – це показник трудової діяльності працівників, який характеризує кількість продукції, виробленої за одиницю часу, або витрати часу на виробництво одиниці продукції. Остання характеризує ступінь напруженої праці за одиницю часу і вимірюється кількістю витраченої енергії людини. Чим вищий рівень інтенсивності праці, тим вища її продуктивність. Максимальний рівень інтенсивності визначається фізіологічними і психічними можливостями людського організму. Отже, інтенсивність праці має фізіологічні межі, тобто не може бути необмеженою. У зв'язку з цим виникає поняття нормальної інтенсивності [1].

Резерви підвищення продуктивності праці реалізуються в усіх галузях економічного комплексу, то за сферою дії вони можуть бути поділені на національні,

галузеві, міжгалузеві, внутрішньовиробничі. Національні резерви пов'язані з розвитком всіх напрямів НТП, раціональним розміщенням продуктивних сил, вдосконаленням управління і планування. До галузевих резервів відносять спеціалізацію, концентрацію і комбінування виробництва, вдосконалення технології, розповсюдження передового досвіду. Внутрішньовиробничі резерви обумовлені вдосконаленням і найбільш ефективним використанням технічних засобів, покращенням структури робочих кадрів, економією сировини і матеріалів безпосередньо на підприємстві [3].

Таблиця 1. Класифікація резервів росту продуктивності праці

Класифікаційна ознака	Назва груп резервів	Змістовне наповнення класифікаційної ознаки
За часом дії	поточні	реалізуються без істотних змін технологічного процесу
	перспективні	потребують перебудови виробництва
Залежно від рівня суспільного виробництва	загально-економічні	полягають в раціональному використанні продуктивних сил і трудових ресурсів
	галузеві	обумовлені ступенем спеціалізації, концентрації і комбінування виробництва, технічним рівнем виробництва
	міжгалузеві	пов'язані з міжзаводською та міжгосподарською кооперацією, поглибленням міжгалузевої координації і взаємодії, покращенням використання всіх видів сукупних ресурсів
	регіональні	передбачають покращення використання територіальних умов і соціальної інфраструктури регіону
	внутрішньовиробничі	відбивають невикористані можливості економії праці за рахунок покращення використання техніки, технології, підвищення ділової активності
За місцем реалізації	загально-цехові	пов'язані з усуненням відсутності сполучення в роботі окремих цехів, покращенням виробничої структури, удосконаленням організації управління і планування підприємств
	внутрішньовиробничі	резерви в межах робочого місця, дільниці, потоку й цеха

Продуктивність праці – це показник ефективності, результативності, що характеризується співвідношенням обсягу продукції, робіт чи послуг з одного боку, та кількістю праці, витраченої на виробництво обсягу з іншого. Зростання продуктивності праці означає постійне вдосконалення людьми економічної діяльності, знаходження можливості працювати краще, виробляти більше якісніших благ при тих самих або і менших затратах праці, що забезпечує підвищення реального продукту і доходу взагалі та в розрахунку на душу населення, зростання рівня споживання, а отже, і рівня життя.

Список використаних джерел:

1. Іванілов О. С. Економіка підприємства: підручник / О. С. Іванов. – К. : Центр навчальної літератури, 2009. – 728 с.
2. Кондратьєва І. Вік надії / І. Кондратьєва // Українська технічна газета. – 2011. – № 35. – С. 8–9.
3. Шевченко Л. С. Основи економічної теорії : підручник / за заг. ред. Л. С. Шевченко. – Х. : Право, 2008. – 448 с.

Смолякова О. М.

Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця (Україна)

**УЗАГАЛЬНЕННЯ ПРОЦЕДУР ОЦІНЮВАННЯ
ЕКОНОМІЧНОЇ СТІЙКОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

Актуальність оцінювання економічної стійкості підприємства обумовлена існуючою складною економічною ситуацією в Україні. На разі станом на 1 лютого 2015 року відносно відповідного періоду попереднього року маємо такі основні тенденції: випуск продукції зменшився на 10–50 % в залежності від галузі; будівництво скоротилося на 25%; капітальних інвестицій у порівнянних цінах зменшилися на 24,1%, при тому, що головним джерелом капітальних інвестицій, як і раніше, залишаються власні кошти підприємств та організацій; залишається негативним сальдо зовнішньої торгівлі – 25,1 млн. дол.; індекс споживчих цін (індекс інфляції) становив 108,6% (у відповідному періоді попереднього року – 100,8%); продукті харчування подорожчали на 10,7 %; ціни (тарифи) на житло, воду, електроенергію, газ та інші види палива зросли на 2,1%; зростання цін у сфері охорони здоров'я на 7,6% переважно зумовлено подорожчанням фармацевтичної продукції, медичних товарів та обладнання на 9,2%; чисельність населення зменшилася на 18,1 тис. осіб [1]. Враховуючи такий складний стан економіки кожне підприємство має об'єктивно оцінювати свою економічну стійкість.

Дослідженням проблем економічної стійкості підприємств займалися багато вчених як в Україні, так і в країнах ближнього і дальнього зарубіжжя. В працях таких вчених як Ткачук В. І. [2], Костирко І. Г. [3], Клочко Т. А. [4], Новоселецький О. М. [5], Тхор С. О. [6], Єзерська С. Г. [7], Зайцев О. М. [8], Іванов В. Л. [9], Анохін С. Н. [10], Кроленко М. С. [11] розглядались процедури оцінювання. Більшість вчених вважають, що вона має ґрунтуватись на узагальнюючому показнику, який може обчислюватися по різному в залежності від обраної системи показників.

Зміст процедур оцінювання економічної стійкості залежить від набору інструментів, аналітичних задач, що розв'язуються, та мети виконання процедур. Для

дійсності результатів процедур оцінювання економічної стійкості їх слід проводити в такій послідовності: уточнення її змісту в сучасних економічних умовах; формування системи показників, що системно характеризують її; обчислення числових характеристик сукупності значень кожного показника в динаміці; визначення внутрішніх причинно-наслідкових залежностей на основі виявлених латентних факторів; визначення критерію економічної стійкості підприємства на основі рейтингування впливу показників; складання цільової функції для оптимізаційної задачі; формування системи обмежень; розв'язання оптимізаційної задачі; порівняння абсолютних і відносних відхилень реальних значень показників економічної стійкості від оптимальних; аналіз визначених відхилень; обґрунтування висновків щодо причин відповідного стану економічної стійкості підприємства [12].

Отже, наведена узагальнена процедура дає змогу всебічного оцінювання економічної стійкості підприємства як економічного суб'єкту з подальшим наданням відповідних рекомендації щодо забезпечення економічної стійкості, що дозволить покращити рівень управління конкретним підприємством.

Список використаних джерел:

1. Сайт Державного комітету статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.ukrstat.gov.ua
2. Ткачук В. І. Економічна безпека та стійкість сільськогосподарських підприємств : монографія / В. І. Ткачук, О. А. Прокопчук, М. І. Яремова. – Житомир : Волинь, 2013. – 274 с.
3. Костирко І. Г. Фінансово-економічна стійкість сільськогосподарських підприємств: теорія і практика : монографія / І. Г. Костирко, Т. І. Поверляк. – Львів : Ліга-Прес, 2014. – 169 с.
4. Ключко Т. А. Моделирование экономической устойчивости сельскохозяйственных предприятий Украины / Т. А. Ключко // Молодой ученый. – 2014. – №2. – С. 455–458.
5. Тхор С. О. Управління економічною стійкістю підприємства: автореф. дис. ... канд. наук: спец. 08.00.04 / С. О. Тхор. – Луганськ, 2005. – 18 с.
6. Езерская С. Г. Методика оценки уровня экономической устойчивости промышленного предприятия / С. Г. Езерская // Социально-экономические проблемы развития региона: материалы Междунар. науч.-практ. конф. – Иваново : Иванов. гос. ун-т. – 2006. Ч.2. – С.76–81.
7. Зайцев О. Н. Оценка экономической устойчивости промышленных предприятий (на примере промышленности строительных материалов): автореф. дисс. ... канд. экон. наук: 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством» / О. Н. Зайцев. – Хабаровск, 2007. – 23 с.
8. Іванов В. Л. Управління економічною стійкістю промислових підприємств (на прикладі підприємства машинобудівного комплексу) : монографія. – Луганськ : СЛУ ім. В. Даля, 2005. – 268 с.
9. Анохин С. Н. Методика моделирования экономической устойчивости промышленных предприятий в современных условиях / С. Н. Анохин. – Саратов, 2000. – 44 с.
10. Кроленко М. С. Система показників економічної стійкості промислового підприємства / М. С. Кроленко // Економічний вісник Донбасу. – 2011. – № 3 (25). – С. 180–187.
11. Малярець Л. М. Оптимізація значень показників економічної стійкості підприємства / Л. М. Малярець, О. М. Смолякова // Вісник Хмельницького національного університету. – 2015. – № 1. – С. 11–23.

Сніжко Д. І.

*Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут» (Україна)*

ПОКРАЩЕННЯ РОБОТИ ПОЛІГРАФІЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ ЗА РАХУНОК ВПРОВАДЖЕННЯ ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТУ

Ефективна діяльність підприємств видавничої справи України в сучасних умовах можлива лише при врахуванні усіх особливостей його мікросередовища, а саме з використанням принципів тайм-менеджменту. Раціональний розподіл часу керівника, управлінця, менеджера, або звичайного працівника є гарантією успіху поліграфічного підприємства.

У країнах з високим розвитком економіки тайм-менеджмент виступає одним із джерел підвищення ефективності діяльності підприємства. Як вказано в науковій літературі тайм-менеджмент – це сукупність технологій планування роботи, які людина застосовує самостійно для підвищення ефективності використання свого робочого часу і для підвищення контролю зростаючої кількості завдань; це також вміння ставити завдання і виконувати їх. Певною мірою тайм-менеджмент являє собою стиль життя і філософію цінності часу у швидкому потоці інформації і постійно мінливому світі [1].

Час – це унікальний ресурс, який не можна накопичувати, зберігати, або передавати, але його можна «конвертувати» – витратити та перетворювати в певні цінності, тому важливо навчитися використовувати його з максимальною вигодою.

Умовно тайм-менеджмент можна розділити на індивідуальний та корпоративний. Індивідуальний являє собою набір техніки для самоорганізації. Корпоративний представлений консалтинговими послугами – коли замовнику надаються і разом з ним уточнюються розробки по створенню цілісного регламенту організації. Результат цієї роботи прямо залежить як від досвіду консультантів, так і від суб'єктивної думки керівництва [1].

Ті вітчизняні керівники поліграфічних підприємств, які все ж таки впроваджують тайм-менеджмент, частіше віддають свою перевагу корпоративному тайм-менеджменту, щоб підняти результативність роботи менеджерів компанії. Перед менеджерами, які прагнуть змінити застарілий і неефективний устрій роботи підлеглих, виникають деякі бар'єри.

Західні бізнес-тренери часто відзначають неприйняття, з яким українці ставляться до необхідності складати робочі графіки і слідувати чітким розкладом. Причини такого неприйняття полягають у відмінностях в менталітеті і культури різних народів з точки зору їх ставлення до часу.

Вирішальне значення для усунення недоліків в практиці повсякденної діяльності менеджера має раціональне використання ним робочого часу. Важливим кроком при створенні ефективної системи управління власним часом для керівника є визначення мети діяльності як на короткий, так і на довготерміновий період.

Незважаючи на відносну простоту різних методик управління часом, їх ефективність для всієї компанії багато в чому залежить від топ-менеджменту. Один і той же проведений тренінг в одній організації так і не приведе до необхідних результатів, оскільки керівництво компанії не має можливості проконтролювати впровадження і використання методик. У той час як в іншій – шляхом формалізації основних методологій і процесів – час з абстрактної категорії стане інструментом бізнесу, а також індикатором ефективності співробітників компанії [2].

Науково обґрунтована організаційна управлінська діяльність має позитивний вплив на ефективну діяльність підприємства та дозволяє отримувати конкурентні переваги на ринку. Впровадження тайм-менеджменту на поліграфічних підприємствах дозволить отримати ці конкурентні переваги.

Список використаних джерел:

1. Колесов О. С. Тайм-менеджмент – управління часом / О. С. Колесов // Зб. наук. праць ВНАУ. Серія: Економічні науки. – 2011. – №2 (53), том 3. – С. 61–69.
2. Кучер Л. Р. Тайм-менеджмент як засіб підвищення ефективності діяльності керівника / Л. Р. Кучер // Всеукраїнський науково-виробничий журнал «Інноваційна економіка». – 2013. – № 5 (43). – С. 203–205.

Соболь Н. О.

Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВА

На сьогоднішній час питання одержання прибутку і підвищення ефективності виробництва підприємства вельми актуальні. Це зумовлює необхідність поглибленого дослідження організаційно – економічних засад зростання прибутковості підприємства.

В основі розглянутої теми знаходиться поняття «прибуток» та «прибутковість» підприємства. Прибуток підприємства виступає основним фактором економічного та соціального розвитку підприємства. Внесок у дослідження зазначеної проблеми зробили вчені Д. Гелбрейт, Ф. Найт, Дж. Робінсон, Е. Сайксові, П. Самуельсон, Р. Харрод, Е. Чемберлін, Й. Шумпетер та ін.

Організаційно-економічні основи управління прибутком об'єднують прибуток як з позиції економічної, так і фінансової категорій, визначаючи сутність прибутку як економічної категорії в його обліковій функції – зіставленні доходів і витрат (використанні ресурсів), а з розподілом і використанням прибутку (задоволенням інтересів власників ресурсів) пов'язаний його фінансовий зміст. Управління прибутком являє собою процес розробки та прийняття ефективних управлінських рішень за всіма основними аспектами його формування та розподілу і використання на підприємстві з метою максимізації добробуту власників підприємства в поточному та перспективному періодах.

Управління розподілом прибутку підприємства повинно відображати основні вимоги загальної стратегії розвитку підприємства, забезпечувати підвищення його ринкової ціни, формувати необхідні обсяги інвестиційних ресурсів, забезпечувати матеріальні інтереси власників і працівників. Формування нерозподіленого прибутку підприємства являє собою фінансовий механізм формування капітального резерву, що не має цільового призначення.

Для підвищення результативності діяльності підприємства потрібно сформувати дієву систему управління прибутком, яка розглядається як сутність взаємопов'язаних елементів, кожний з яких виконує певну роботу, спільна дія котрих забезпечує досягнення механізму отримання прибутку заданої величини. В основу забезпечення раціонального формування та ефективного функціонування системи стратегічного управління прибутком підприємства має бути покладено комплекс основних принципів стратегічного управління прибутком суб'єктів господарювання. Стратегічне управління прибутком підприємств є не лише базовою, але й основною структурною складовою системи корпоративного менеджменту, яка значною мірою визначає ефективність функціонування останньої та впливає на успішність реалізації головної мети і ключових цілей підприємства, серед яких підвищення рівня прибутковості, ринкової вартості, досягнення фінансової рівноваги та економічного розвитку підприємства у довгостроковій перспективі [2].

Структурна модель системи стратегічного управління прибутком підприємства повинна формуватися із комплексу взаємопов'язаних базових блоків стратегічного управління прибутком: блоку стратегічної організації управління прибутком, блоку стратегічного планування прибутку, блоку стратегічного аналізу прибутку, блоку стратегічного моніторингу і контролю управління прибутком підприємства. Важливими критеріями, які необхідно обов'язково враховувати у процесі формування стратегії управління прибутком підприємства є базова економічна стратегія та стадія життєвого циклу продукції [4].

Організаційно-економічний механізм забезпечення прибутковості підприємств – це система елементів організації, пошуку та мобілізації доходів та відповідних їм

економічних інструментів, поєднання яких дозволяє досягти єдиної мети – надходження необхідних фінансових ресурсів для здійснення розширеного виробництва.

Механізм функціонування підприємств в ринкових умовах слід сформулювати як комплекс організаційних заходів (правових, виробничих та соціальних) і заходів економічного характеру зовнішньої і внутрішньої дії.[3]

Управління запасами – один із напрямів логістичного керування на підприємстві. Визначено, що для коректної роботи господарства, потрібно утримання оптимуму між двома суперечливими вимогами – скороченням товарного запасу і недопущенням його відсутності в момент часу потреби у ньому. Крім того, в результаті аналізу вдосконалення маршруту логістичних перевезень, було виявлено скорочення витрат розподільчої бази внаслідок упровадження кільцевого маршруту. Пошук найвигіднішого маршруту, що проходив через задані пункти, було проведено із застосуванням засобів MS Excel.

Список використаних джерел:

1. Бланк И. А. Управление прибылью / И. А. Бланк. – 2-е изд., расш. и доп. – К.: НикаЦентр, Эльга, 2002. – № 99. – С.16–21.
2. Блонська В. І. Стратегічне управління прибутком підприємства / В. І. Блонська, А. Я. Нагірна // Науковий вісник НЛТУ України. – 2010. – №20.5. – С. 145–152.
3. Пігуль Н. Г. Управління прибутком підприємства / Н. Г. Пігуль // Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України : зб. наук. праць. – 2010. – №28. – С. 71–77.
4. Поддєрьогін А. М. Фінансовий менеджмент: конспект лекцій [Електронний ресурс] / А. М.Поддєрьогін. – К. : КНЕУ, 2010. – Режим доступу: <http://ukrkniga.org.ua>

Теселкин Д., Власенко М. А.

Днепропетровский национальный университет имени Олеса Гончара (Украина)

ТРАНСНАЦИОНАЛИЗАЦИЯ ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ

Транснационализация национальных экономик растет в послевоенные годы во многом в результате деятельности транснациональных корпораций (многонациональных корпораций, международных монополий – ТНК). К ним относят хозяйственные структуры, которые включают родительские компании и их зарубежные филиалы. В результате усиления транснациональной деятельности компаний стали говорить о феномене транснационализации [1].

Транснационализацию нашего с вами мира можно рассматривать в нескольких измерениях. Транснационализация тихо и незаметно влияет на многие аспекты нашей жизни. Многие товары, потребителями которых мы являемся, были произведены

путем длинного транснационального производства – например, сумка из высококачественной Итальянской кожи, созданная дизайнерами из Франции и произведенная на заводе в Китае. Различные товары или услуги, которые мы приобретаем, становятся все более стандартизированными – произведенными по определенному стандарту, либо же на единой базе для нескольких предприятий. Отличным примером является автомобилестроение, в котором лидерами являются концерны, использующие одну стандартизированную платформу для нескольких моделей различных марок своего концерна. Все это происходит по причине того, что товары, попадая на полки магазинов, проходят длительный процесс сертификации, который (ради уменьшения издержек) влечет за собой и стандартизацию в производстве товаров, стараясь максимально упростить попадание нового товара на рынок. Причем в нынешнее время необходимо учитывать сразу стандарты многих стран, то есть учитывать транснациональное направление будущего сбыта. То, что получает покупатель в Европе, когда он покупает, например, шоколад в своем местном магазинчике, полностью определяется и стандартизируется Еврокомиссией. Причем компании привязаны к самым разным стандартам – качества, экологичности, различные этнические стандарты и так далее. Похожая ситуация сейчас и на финансовом рынке – все очень тесно завязано на транснационализации. Даже Штаты, несмотря на все свое величие и занимаемое место в мире, временами вынуждены пересматривать свою позицию с оглядкой на транснационализацию.

Однако стоит посмотреть на вопрос транснационализации со стороны ТНК – основной несущей силы глобализации. В нынешнее время такие факторы глобальной дестабилизации, как проблемы сырья и ресурсов, уменьшение мирового оборота экспортно-импортных операций, институциональная несбалансированность международных организаций и другие, вызывают необходимость изменений в организации управления на всех уровнях мирового сотрудничества. В первую очередь это касается именно ТНК. Основные классические тенденции, связанные с централизацией и децентрализацией капитала, сохраняют свою значимость – происходят интенсивные процессы по объединениям и поглощениям предприятий. Вместе с этим растет значимость малых и средних ТНК, особенно в высокотехнологических сферах, где основной доход предприятиям дает именно интеллектуальный капитал. Владельцы этого капитала – топ-менеджеры – получают все больший вес при принятии стратегических решений, все сильнее отдаляя фактических владельцев от подобных вопросов. По моему мнению, современные тенденции развития ТНК связаны, в первую очередь, с новыми информационными технологиями, благодаря которым стали возможны и набрали популярности «горизонтальные» ТНК.

Касательно институциональных проблем транснационализации необходимо выделить следующее. Одной из основных идей создания международных экономи-

ческих организаций стала идея универсализации мирового экономического пространства для внедрения новых рыночных механизмов и исчезновения барьеров, которые мешают свободному движению капитала. После Второй мировой войны мирное урегулирование интересов вышло на первое место, развитые страны пришли к выводу, что предупреждение мировых войн напрямую связано с установлением тесных экономических связей между странами на всех уровнях – от государственного до частного предпринимательства. Именно с этой целью были созданы такие организации как МВФ, Всемирный Банк и другие.

Роль международных организаций в столь быстро глобализирующемся мире увеличивается в силу невозможности государств в одиночку контролировать и регулировать международные процессы. Этим объясняется и необходимость институциональных изменений многофункциональных организаций с глобальными возможностями. Незавершенность процесса формирования системы глобального управления заставляет страны диверсифицировать свои риски, распределяя внешнеполитические ресурсы между несколькими организациями, что зачастую ведет к дублированию их функций [2].

С увеличением числа проблемных сфер и регионов всемирное сотрудничество уже вряд ли может позволить себе подобную трату собственных сил и ресурсов. Именно поэтому необходимо заново пересматривать и реформировать существующие международные институты, чтобы обеспечить эффективное и рациональное использование ресурсов всеми участниками транснационализации и процесса глобализации.

Список использованных источников:

1. Экономика : учебник / под ред. А. С. Булатова. – 3-е изд., перераб. – М. : ЮРИСТЪ, 1999. – 894 с.
2. Малаян Р. Международные организации в формирующемся миропорядке [Электронный ресурс] / Р. Малаян // Космополис. – 2008. – №1 (20). – Режим доступа : <http://polit.ru/article/2008/08/06/mirporyadok>

Топал А. С.

Чернігівський національний технологічний університет (Україна)

ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ПІДТРИМКИ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ

Сектор малого підприємництва є невід'ємним елементом будь-якої розвинутої господарської системи. Але сучасна світова спільнота є економічно неоднорідною: існують розвинені країни, ті, що розвиваються та найбідніші. Перші дві категорії використовують малий та середній бізнес або як запоруку власної

економічної могутності, або як найефективніший інструмент економічного розвитку. З огляду на те, що Україна обрала європейський вектор розвитку, актуальним стає вивчення досвіду становлення досліджуваних видів економічної діяльності саме на території країн-членів Європейського Союзу.

Проблему розвитку малого бізнесу досліджували такі вітчизняні вчені, як Л. Буряк, К. Ваганів, З. Варналій, В. Виговська, І. Должанський, М. Єрмошенко, Т. Загорна, О. Кириченко, І. Комарницький, М. Офік, О. Стороженко, Н. Яковенко та інші. У вивчення даної теми внесли також свій вклад такі зарубіжні вчені, як В. Баумоль, А. Брунетті, П. Девідсон, Х. Кен, Д. Кібл, Р. Латімор, А. Маршал, М. Портер, П. Рейнольдс, Й. Шумпетер та інші.

Від самого початку ЄС створювалось як об'єднання держав, на меті якого було спрощення ведення бізнесу на території Європейського континенту. Для цього потрібно було не тільки уніфікувати законодавчу базу всіх членів, а й захистити національних виробників кожної країни. За таких умов малий бізнес зайняв своє провідне місце на ринку. Даний вид економічної діяльності дозволяє забезпечити наявність національного виробництва, так як він досить легко організовується та може адаптуватися на ринку і взаємодіяти з іноземними виробниками. Крім того, малий бізнес дає можливість створення нових робочих місць та використання самозайнятості, оскільки дозволяє кожному громадянину країни створити власну справу. Зазначені можливості забезпечують в європейських країнах соціальну стабільність та формування середнього класу.

Водночас, малий бізнес не може існувати без підтримки держави. Даний вид економічної діяльності досить уразливий до економічних негараздів та кризисів, тому держава повинна забезпечити стабільність його зовнішнього середовища. В провідних європейських країнах існують централізовані фонди підтримки малого бізнесу, які надають консультації від того, як започаткувати власний бізнес, до ведення бухгалтерського обліку та надання юридичних консультацій. Так, у Франції існує Конфедерація малих та середніх підприємств [1]. Це неурядова, приватна та міжпрофесійна організація, представництво якої офіційно визнане. Вона забезпечує представництво та захисту усіх малих та середніх підприємств будь-якої галузі як на національному рівні у стосунках з публічною владою та соціальними партнерами, так і на міжнародному рівні. Конфедерація об'єднує водночас і професійні федерації, і територіальні між професійні структури. У Великобританії цю роль виконує Федерація малих підприємств [2]. Це найвпливовіша група, яка просуває та захищає інтереси самозайнятих та власників малих й середніх підприємств. Вона була створена в 1974 році і зараз має 200 членів у 33 регіонах країни та 188 галузей.

Проаналізувавши усю зазначену інформацію, можна помітити, що підтримка малого бізнесу в країнах-членах ЄС є першочерговим завданням урядів в економічній сфері. З метою більшої ефективності дану задачу виконують приватні компанії, що є офіційно визнаними та мають право представляти інтереси зазначених видів економічної діяльності. Така практика в Європейському Союзі існує з кінця минулого століття і стає все більш популярною на Європейському континенті. Україна теж могла б надавати більше значення малому бізнесу як механізму реалізації самозайнятості, особливо під час зростання безробіття, та як джерелу економічного розвитку в умовах світової кризи. Уточнення правової бази та полегшення податкового тягаря могли б стати першими кроками до становлення національного малого підприємництва.

Список використаних джерел:

1. Site officile de Confédération Générale des Petites et Moyennes Entreprises [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.cgpmme.fr/qui-sommes-nous>
2. Official site of Federation of Small Businesses [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.fsb.org.uk/about>

К. е. н. Топалов С. А., Савченко М. М.

Запорізька державна інженерна академія (Україна)

УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ОПЛАТИ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Гармонійний розвиток економічної та соціальної сфери є характерною ознакою громадянського суспільства, складовою цивілізованого способу життя. У сучасних умовах господарювання роль людини в економічному зростанні розвинутих країн та нагромадженні національного багатства стала провідною. Це свідчить про важливість першочергового розв'язання проблем реформування соціальної сфери в країнах, які розвиваються і прагнуть стати рівноправними членами світової спільноти. В Україні створено економіку, засновану на різних формах власності та використанні найманої робочої сили. Вирішення соціально- економічних питань її розвитку залежить від ефективності реформ у сфері оплати найманих працівників, які становлять понад 70% зайнятого населення.

Теоретичні, методичні і прикладні питання багатопланової проблеми організації праці та її оплати завжди були предметом наукових досліджень, зокрема, таких відомих українських учених-економістів, як: П. Й. Атамасак [1], Ф. Ф. Бутинця [2], С. Ф. Голова [3], М. В. Кужельного [4], В. В. Сопко [5], В. Г. Швеця [6] та інших.

Для виходу із соціальної кризи й нарощування темпів економічного розвитку потрібні кардинальні перетворення у сфері державного регулювання, розв'язано більшість проблем з організації та мотивації праці найманих працівників на підприємствах, характерних для України, але вона, маючи нерозвинуті ринкові відносини, не може в повному обсязі використати західні моделі. Потрібні власні підходи до організації й мотивації праці в умовах ринкових трансформацій, адаптація зарубіжної теорії та практики до вітчизняних умов господарювання. У цьому напрямі є певні напрацювання.

В умовах економічної трансформації заробітна плата повинна використовуватися як найважливіший засіб для стимулювання до зростання продуктивності праці, прискорення науково-технічного прогресу, поліпшення якості продукції, підвищення ефективності виробництва для суспільної злагоди. Від її стану та форм реалізації, частки у валовому національному продукті багато в чому залежать також можливості розвитку економіки взагалі.

При переході до ринкової економіки відбулися кардинальні зміни в багатьох сферах економічної діяльності, у тому числі й у системі оплати праці. Підприємства вправі вибирати системи і форми оплати праці самостійно, виходячи зі специфіки і задач підприємства, але згідно діючого законодавства.

Розглядаючи проблеми оплати праці, навіть недосвідчена у цьому питанні людина може помітити, що одне тільки визначення розміру заробітної плати може викликати значні труднощі у всіх учасників трудових взаємовідношень: працівник завжди бажає мати більш високий рівень доходу, тоді як роботодавець прагне зменшити свої витрати.

На першому місці по важливості серед факторів, що впливають на ефективність використання робочої сили є система оплати праці. Саме заробітна плата, а найчастіше тільки вона є тією причиною, що приводить робітника на його робоче місце. Тому значення даної проблеми важко переоцінити.

Заробітна плата виступає як один із основних регулювальників ринку праці. Однак аналізу і оцінці впливу зарплат на ринок праці й, передусім, на зайнятість в Україні не приділяється належна увага, що призводить до негативних наслідків – прискореного зростання безробіття, руйнування мотивів і стимулів до праці більшості населення.

Суспільством на заробітну плату покладено значні функції щодо розвитку та вдосконалення робочої сили людини – відтворювальну і стимулюючу.

Нові системи організації праці і заробітної плати повинні забезпечити співробітникам матеріальні стимули. Необхідно враховувати так само, що формування і величина прибутку залежать від обраної системи оплати праці.

Висновки. Організація і оплата праці – це два положення, які неможливо дослідити на предмет ефективності без врахування такого показника, як продуктивність праці.

Для удосконалення системи оплати праці на підприємстві та зростання ефективності праці на підприємстві необхідно запровадити наступні заходи: оновити систему оплати праці підприємства, шляхом введення індивідуальної заробітної плати та введення ефективної системи преміювання працівників за високі результати роботи на підприємстві; розробити ефективний компенсаційний пакет для персоналу підприємства; зниження доплат працівникам за виправлення браку.

Список використаних джерел:

1. Островерха Р. Е. Організація обліку : навч. посіб. / Р. Е. Островерха. – К. : Центр навчальної л-ри, 2012. – 568 с.
2. Потриваєва Н. В. Стан та перспектива обліку розрахунків з оплати праці: теоретичний аспект / Н. В. Потриваєва, І. В. Савченко // Економічний форум. – 2014. – №1. – С. 93–98.
3. Герасимчук Л. С. Шляхи вдосконалення обліку оплати праці / Л. С. Герасимчук, О. В. Кантаєва // Молодіжний науковий вісник УАБС НБУ, Серія: Економічні науки. – 2012. – №12. – С. 186–194.

Д. е. н. Хамініч С. Ю., Басова М. М.

Днепропетровский национальный университет имени Олеся Гончара (Украина)

ДОСЛІДЖЕННЯ ПЕРЕДУМОВ ВИБОРУ МЕТОДІВ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Кризова ситуація в економіці України загрожує будь-якому підприємству не тільки фінансовими проблемами але і втратою кваліфікованих кадрів, без яких подолати кризу неможливо. Втримати основних працівників – одна з головних задач менеджменту компанії на цьому етапі. Однак керівництво більшості українських підприємств концентрує свою увагу на управлінні виробництвом, маркетингом, фінансами, в той час як удосконаленню системи мотивації персоналу приділяється недостатньо уваги. Також важливим питанням в цей скрутний час є уникнення демотивації робітників.

Мотивація персоналу в умовах кризи передбачає зміни як у системі матеріального так і нематеріального стимулювання. Матеріальне стимулювання працівників є одним з найважливіших питань менеджменту. Правильна розробка системи матеріального стимулювання персоналу потребує від HR-спеціаліста високих знань в області економіки та фінансів, психології та менеджменту[1].

Матеріальна винагорода відіграє вирішальне значення в трудовій мотивації. Її сутність для робітника не вичерпується тільки компенсацією затрат часу, енергії, інтелекту, які витрачаються ним при досягненні цілей організації. Грошова винагорода, точніше, форми її отримання, а також відносні та абсолютні розміри сприймаються робітником як підтвердження його цінності для організації, впливають на самооцінку працівника, прямо говорять про його соціальний статус [2].

В умовах кризи внутрішня мотивація працівників потерпає надзвичайні зміни. Починає набирати обертів мотивації «обходити невдачі, страху звільнення, а також зменшення прибутку». В цій ситуації матеріальне стимулювання працівників повинне будуватися у співвідношенні з наступними принципами:

1. При зміні фіксованої частки прибутку давати можливість заробляти за рахунок досягнення потрібних для компанії результатів. Сьогодні одна з основних тенденцій – це перехід від оплати праці до оплати результатів. Це зв'язано з тим, що залежність змінної частини заробітної плати від результату мотивує працівника до покращення кількісних та якісних показників роботи, до більш ефективного рішення різних управлінських та виробничих задач [3].

2. Доведення до уваги всіх працівників зв'язку їх особистих цілей з цілями бізнесу.

3. Пояснення персоналу, яким чином формується їх дохід, за що вони тепер отримують винагороду. Працівники повинні чітко знати: при виконанні яких умов вони отримують бонуси, премію; як розраховується розмір їх премії; в які часові рамки будуть проведені виплати. В цілях забезпечення ефективності преміювання повинне дотримуватися правило: сума всіх преміальних виплат не повинна перевищувати суму прибутку, отриману в результаті використання даної системи.

4. Регулярний контроль досягнення працівниками поставлених цілей в якості звітів, загальних «п'ятихвилинок» та нарад.

В цілому система матеріального стимулювання повинна заохочувати працівників до виконання завдань, поставлених керівництвом організації. При цьому поставлені цілі повинні бути достатньо нелегкими, але досяжними, інакше можливо спровокувати демотивацію робітників. Якщо керівництво намагається нав'язати працівникам обов'язки, за які вони не готові нести відповідальність, бажаний результат все рівно не буде досягнутий.

Систему мотивації персоналу неможливо назвати ефективною, якщо вона оснований тільки на дії матеріальних факторів і не включає в себе нематеріальні мотиви. Тому що підвищення заробітної плати рано чи пізно перестає давати віддачу, на яку розраховує керівництво компанії. Крім того, найбільшою проблемою у відношенні грошових заохочувань є те, що грошова мотивація по своїй природі

не може наситити, і людина швидко звикає до нового, більш високого рівня виплати. Той рівень оплати, який ще вчора мотивував її на більш високу робочу віддачу, дуже скоро стає звичним і втрачає свою спонукаючу силу. До того ж через фінансові труднощі для більшості підприємств збільшення матеріальної винагороди для заохочення співробітників стає «не дозвільною розкішшю». В зв'язку з цим розумне застосування нематеріальної мотивації дозволить компанії закріпити лояльність співробітників, підвищити їх інтерес до власного професійного рівня, зменшити негативний настрій у колективі, і як наслідок, підвищити якість їх професійної діяльності.

Сьогодні існує дуже багато методів нематеріальної мотивації: дошки та книги пошани, конкурси та кубки, пам'ятні знаки, рейтинги, ротація, корпоративні заходи та інші. Достатньо відомі і психологічні правила ефективної мотивації: повага до особистості, щирість похвали, реалістичність цілей, можливість кар'єрного росту, заохочування групової роботи, не особистісний характер покарання, диференційований підхід та ін. Вибір інструментів та правил багато в чому визначається культурою компанії, її розмірами, характером бізнесу та стадією життєвого циклу.

Список використаних джерел:

1. Самоукіна Н. Ефективна мотивація персоналу при мінімальних фінансових витратах / Н. Самоукіна. – К. : Вершина, 2008 – 56 с.
2. Сосновий А. Разработка внутрифирменных систем оплаты труда, мотивации и стимулирования персонала / А. Сосновий // Справочник по управлению персоналом. – 2002. – №1. – 76 с.
3. Річі Ш. Управління мотивацією / Ш. Річі, П. Мартін. – К. : Преса, 2004. – 124 с.

Ху Сяоюй

Днепропетровский национальный университет имени Олеся Гончара (Украина)

КОНЦЕПЦИЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

Концепция устойчивого (животворного и стабильного) развития общества и трудового коллектива предприятия, организации предусматривает гармоничное, сбалансированное развитие: социальной, экономической и экологической сфер деятельности.

Социальное устойчивое развитие

Социальное устойчивое развитие ориентировано на человека и направлено на повсеместное развитие культурных и социальных систем, в т. ч., на недопустимость разрушительных конфликтов между трудящимися. Важным аспектом этого

подхода является справедливое распределение благ. Желательно также сохранение социальной ответственности, культурного капитала и его многообразия во взаимоотношениях со всеми участниками рынка: потребителями, посредниками, поставщиками, субподрядчиками, конкурентами, государственными и коммунальными органами власти, общественностью и т. д. Более полное использование практики устойчивого социального развития, имеющейся в доминирующей духовно-моральной культуре общества, будет первым шагом к устойчивому (животворному и стабильному) развитию общества и трудового коллектива предприятия, организации. Для этого современному предпринимательству необходимо создать более эффективную систему принятия решений, учитывающую исторический опыт, менталитет нашего трудолюбивого народа. Следует стремиться к достижению не только внутри-, но и межпоколенной социальной справедливости. В рамках концепции устойчивого развития человек является уже не объектом, а субъектом развития. Осознавая, что главной ценностью общества и субъекта хозяйствования является человек, именно ему необходимо создать все условия для самоуправления, активного участия во всех процессах жизнедеятельности, которые функционируют на предприятии. Всегда следует помнить, что социальный эффект (максимальное удовлетворение качеством жизни членов общества и трудового коллектива) является основой получения необходимого экономического эффекта.

Экологическая составляющая

С экологической точки зрения, устойчивое развитие должно обеспечивать целостность биологических и физических природных экосистем. Особое значение имеет жизнеспособность этих **экосистем**, от которых зависит глобальная стабильность всей ноосферы и **биосферы**. Основное внимание следует уделять рациональному использованию не возобновляемых природных ресурсов, сохранению их способностей к самовосстановлению и стремиться придерживаться экологического законодательства по отношению к предельно допустимым нормам загрязнения окружающей среды (почвы, воздуха и воды). Деграция природных ресурсов, **загрязнение** окружающей среды и утрата биологического разнообразия сокращают способность экологических систем к самовосстановлению и угрожают существованию самой цивилизации.

Экономическая составляющая

Экономический подход к концепции устойчивости развития основан на теории бывшего сотрудника Всемирного банка, экономиста Германа Дейли. Эта концепция подразумевает оптимальное использование ограниченных ресурсов и использование экологических – природо-, энерго-, и материало-сберегающих технологий, создание экологически чистой продукции, минимизацию, переработку и

уничтожение **отходов**. Как справедливо указывает один из авторов устойчивого развития Герман Дейли, следует помнить, что экономическим ростом (непрерывным увеличением объёмов производства и доходов, максимизацией прибыли) невозможно обеспечить гармоничное, сбалансированное и долговременное функционирование и процветание хозяйственной деятельности. От количественного развития сегодня следует переходить к качественному – повышению качества жизни общества и трудового коллектива. Кроме того, часть прибыли от продажи не возобновляемых ресурсов должна направляться на восстановление природного капитала.

Единство концепций

Согласование этих составляющих устойчивого развития обеспечивается духовно-моральным единством членов трудового коллектива и общества. В основе механизма взаимодействия этих трех концепций лежит корпоративная социальная ответственность и социокультурное партнерство на микро- и макро уровнях. Экономическое и социальное развитие, взаимодействуя друг с другом, позволяют достичь справедливости в распределении доходов внутри предприятия и оказание целенаправленной помощи бедным слоям населения. Механизм взаимодействия экономического, социального и экологического развития позволяет содержать в естественном состоянии постоянно возобновляющуюся окружающую среду для гармоничного развития сегодняшнего поколения и будущего. Это и есть решение основной проблемы третьего тысячелетия по выживаемости и дальнейшему процветанию хозяйственности и жизнедеятельности человечества на планете земля.

Список использованных источников:

1. Декларация тысячелетия Организации Объединенных Наций. Утверждена резолюцией 55/2 Генеральной Ассамблеи от 8 сентября 2000 года / [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?page=3&user=1189972613552263>
2. Мацкуляк, Д. И. К вопросу о социальной ответственности предприятий / Д. И. Мацкуляк, Н. А. Пелих // Региональная экономика: теория и практика. – 2008. – № 7. – С. 73–81.
3. Благов Ю. Е. Концепция корпоративной ответственности и стратегическое управление / Ю. Е. Благов // Российский журнал менеджмента. – 2004. – Т. 4, № 3. – С. 17–34.
4. Благов Ю. Е. Корпорация как моральный агент / Ю. Е. Благов // Российский журнал менеджмента. – 2006. – № 4. – С. 93–98.

К. е. н. Хуторської П. О., Дюжикова А. В.

Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

РОЛЬ НОРМУВАННЯ ОБОРОТНИХ КОШТІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ

У сучасних умовах зростання підприємств та їх числа всім їм для конкурентоспроможності необхідно не тільки правильно відслідковувати зміни на ринку виробництва товарів і послуг, але й вірно проводити свою фінансову політику. Правильне визначення потреби в оборотних коштах, їх раціональне використання, тобто нормування, має особливе значення. Адже вони являють собою частину продуктивного капіталу, яка переносить свою вартість на новостворений продукт повністю і повертається до підприємця в грошовій формі наприкінці кожного кругообігу капіталу. Таким чином, оборотні кошти є важливим критерієм у визначенні прибутку підприємства.

Нормування оборотних коштів – основа раціонального використання господарських засобів підприємства. Воно полягає в розробці обґрунтованих норм і нормативів їх витрачання, необхідних для створення постійних мінімальних запасів для безперебійної роботи підприємства [3].

До нормованих оборотних коштів належать: виробничі запаси, незавершене виробництво, витрати майбутніх періодів, готова продукція. Вони включають всі оборотні кошти, що знаходяться в сфері виробництва. У сфері обігу нормується тільки та частина оборотних коштів, яка втілена в готовій продукції.

При нормуванні оборотних коштів необхідно встановити норми запасу за окремими видами нормованих матеріалів, визначити нормативи по кожному елементу оборотних коштів і розрахувати сукупний норматив по нормованих оборотних коштах.

Існує три основні методи нормування оборотних коштів: аналітичний, коефіцієнтний і метод прямого розрахунку.

Аналітичний метод використовує фактичні дані про величину оборотних коштів за якийсь період. При цьому уточнюються зайві і непотрібні запаси, вносяться поправки на зміну умов виробництва і постачання. Уточнений результат цих розрахунків і вважається нормативом оборотних коштів на планований період. Цей метод використовується в тих випадках, коли не передбачаються суттєві зміни в умовах роботи підприємства і кошти, вкладені в матеріальні цінності та запаси, мають велику питому вагу.

Коефіцієнтний метод полягає в тому, що нормативи на планований період розраховуються шляхом внесення поправок (за допомогою коефіцієнтів) в нормативи попереднього періоду. Коефіцієнти враховують зміну обсягів виробництва, оборотність оборотних коштів, асортиментні зрушення і інші фактори.

Метод прямого розрахунку полягає в тому, що розраховуються суми оборотних коштів по кожному конкретному виду товарно-матеріальних цінностей, потім вони складаються, і в результаті визначається норматив по кожному елементу нормованих оборотних коштів. Загальний норматив являє суму нормативів по всіх елементах. Цей метод є найбільш точним, обґрунтованим, але разом з тим досить трудомістким [2].

Величина нормованих оборотних коштів повинна завжди відповідати реальній потребі виробництва. При зниженні нормативу підприємство не зможе забезпечити виробництво необхідними запасами, своєчасно розплатитися з постачальниками, робітниками, службовцями. При завищенні нормативу виникають значні наднормативні запаси, відбувається заморожування коштів, що веде до втрат. Завищений норматив сприяє скороченню рівня рентабельності, збільшенню розміру виплати за збільшення вартості майна підприємства.

Нормативи оборотних коштів доцільно розробляти безпосередньо на підприємстві спеціальною комісією з працівників фінансової та економічної підрозділи підприємства на чолі з директором і його заступником з економічних питань, які затверджують розроблені нормативи.

Затверджені керівником підприємства нормативи оборотних коштів щорічно коригуються з урахуванням змін технології та організації виробництва, скорочення норми витрат матеріальних ресурсів, трудових витрат, тривалості виробничого циклу, застосування нових, прогресивних і більш дешевих матеріалів, прискорення відвантаження та реалізації продукції, зміни планів постачання, цін, тарифів. Такий порядок нормування викликає зацікавленість в об'єктивності розрахунку нормативу оборотних коштів насамперед у підприємства, так як від того, наскільки точно буде встановлений норматив, залежить рівень планової рентабельності і абсолютна величина плати за майно [1].

Таким чином, нормування оборотних коштів відіграє велику роль в діяльності підприємства, тому що важливою частиною майна підприємства є оборотні кошти. Вони необхідні для забезпечення безперебійного процесу виробництва і можливістю його подальшого існування. Нормування оборотних коштів необхідно для забезпечення ефективного функціонування та стабільності оборотних коштів, які свідчать про стійкий, добре налагоджений процес виробництва і збут продукції. Наявність достатнього обсягу обігових коштів на підприємстві є необхідною передумовою для нормального функціонування підприємства в умовах ринкової економіки.

Список використаних джерел:

1. Баканов М. И. Теория экономического анализа : учебник / Баканов М. И., А. Д. Шеремет. – М. : Финансы и статистика, 2006. – 288 с.

2. Білик М. Д. Управління фінансами підприємств / М. Д. Білик. – К. : Знання, 1999. – 362 с.
3. Калина А. В. Економічна теорія і практика господарювання : навч. посіб. / А. В. Калина, В. В. Осокіна. – 2-ге вид. – К.: МАУП, 2008. – 308 с.

К. е. н. Хуторської П. О., Мариніна Р. Р.

Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ПРОДУКТИВНОСТІ ПРАЦІ ПЕРСОНАЛУ

Найбільш загальним та універсальним показником, який відображає ефективність використання трудових ресурсів (персоналу) підприємства є продуктивність праці робітників. Серед систем стимулювання росту ефективності виробництва найбільш розповсюдженою є система підвищення продуктивності праці.

На даному етапі продуктивність праці є важливим планово-економічним показником, що характеризує не тільки степінь використання трудових ресурсів на підприємстві, але й рівень ефективності всієї ринкової системи в цілому. А це означає, що фундаментальним напрямленням розвитку нової ринкової системи повинні стати стабілізація вітчизняного виробництва і ріст на цій основі продуктивності праці.

Практика господарювання на ринкових засадах підтверджує ту незаперечну істину, що результативність будь-якої виробничо-господарської та комерційної діяльності залежить передовсім від компетентності та творчої активності управлінських кадрів, достатньо глибокого знання ними конкретної економіки, законодавчої бази та соціальних аспектів господарювання.

Зростання продуктивності праці може бути забезпечене при виконанні наступних умов:

- 1) зростання результатів праці при зниженні витрат праці;
- 2) зростання результатів праці при стабільних витратах праці;
- 3) сталість результатів при зниженні витрат праці;
- 4) темпи росту результатів випереджають темп росту витрат праці;
- 5) темпи зниження результатів нижчі за темпи зниження витрат.

Пошук та мобілізація резервів зростання продуктивності праці потребує чіткої класифікації факторів, що визначають її рівень. Більш практичне значення з точки зору мобілізації наявних резервів мають внутрішні фактори зростання продуктивності праці.

Забезпечення зростання продуктивності праці пов'язане, як правило, з необхідністю понесення певних витрат – на купівлю нового обладнання, підвищення рівня оплати праці, проведення ремонту та обладнання об'єктів соціальної сфери,

оплату розробки нових технологій, навчання персоналу, збільшення частки прибутку, що споживається, тощо [1].

Враховуючи першочергову важливість підвищення продуктивності праці для конкурентноспроможності підприємства розробляють і впроваджують програму управління продуктивності, яка включає в себе наступні етапи:

1) вимірювання і оцінка досягнутого рівня продуктивності на підприємстві в цілому і за окремими видами праці зокрема;

2) пошук і аналіз резервів підвищення продуктивності на основі інформації, одержаної в ході вимірювання і оцінки;

3) розробка плану використання резервів підвищення продуктивності праці, який повинен включати конкретні терміни і заходи по їх реалізації, передбачати фіксування витрат на ці заходи й очікуваний економічний ефект від їх впровадження, визначати відповідних виконавців;

4) розробка систем мотивації працівників до досягнення запланованого рівня продуктивності;

5) контроль за реалізацією заходів, передбачених планом і всією програмою, і регулюванням їх виконання;

6) вимірювання і оцінка реального впливу передбачуваних заходів на зростання продуктивності праці.

Вимірювання й оцінка досягнутого рівня продуктивності по підприємству і в цілому за окремими видами праці зокрема – вихідний етап програми. Його правильне і точне здійснення є важливою передумовою успішності наступних етапів і всієї програми.

Розробляючи план використання резервів підвищення продуктивності праці, слід забезпечити узгодження цілей та завдань програми. Розробка системи мотивації працівників до досягнення запланованого рівня продуктивності є необхідною умовою реалізації програми. Контроль за реалізацією заходів, передбачених планом і всією програмою, необхідний для виявлення і вирішення можливих проблем їх виконання на початкових станах. В процесі контролю порівнюються фактичні і задачі показники продуктивності праці, визначається масштаб допустимих відхилень [2].

Отже, можна зробити висновок, що велике значення для підвищення продуктивності праці мають організаційно – економічні фактори, які визначаються рівнем організації виробництва, праці й управління. До таких факторів належать:

1) удосконалення форм організації суспільного виробництва, його подальшої спеціалізації та концентрації, удосконалення організаційно-виробничих підрозділів і допоміжних служб на підприємстві;

2) удосконалення організації праці шляхом поглиблення поділу і кооперації праці, застосування передових методів і прийомів праці; поліпшення підготовки і підвищення кваліфікації кадрів; поліпшення умов праці;

3) удосконалення матеріального стимулювання праці;

4) удосконалення організації управління виробництвом шляхом удосконалення системи управління виробництвом, поліпшення оперативного управління виробничим процесом, впровадження автоматизованих систем управління виробництвом.

Список використаних джерел:

1. Економіка підприємства : навч. посіб. / Бойчик І. М., Харів П. С., Хопчан М. І. та ін. – К. : Каравела; Львів : «Новий світ – 2000», 2004. – 298 с.
2. Калина А. В. Економіка праці / А. В. Калина. – К. : МАУП, 2004.

К. е. н. Хуторської П. О., Сальніченко Ю. Д.

Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ОБґРУНТУВАННЯ ЗАХОДІВ ЩОДО ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

В умовах сучасного господарювання зовнішньоекономічна діяльність (ЗЕД) підприємств відіграє вирішальну роль у світовій та національній економіці. Вихід на зовнішній ринок самостійних суб'єктів господарювання має важливе значення, оскільки сприяє пристосуванню економіки до системи світових відносин. Тому, незважаючи на зміни в політичній ситуації, економічній кон'юнктурі та правовому середовищі країни, розвиток ЗЕД підприємств завжди був і залишається важливою складовою управлінської політики в цілому.

Зовнішньоекономічна діяльність є особливим видом економічної діяльності, що має тісний зв'язок з іншими галузями господарської системи країни та, як і будь-яка діяльність, ЗЕД завжди пов'язана з фінансовими ризиками та багатьма проблемами, що можуть негативно впливати на прибутковість підприємств загалом. Одночасно ведення зовнішньоекономічної діяльності є складною як з точки зору умов торгівлі, так і постійно оновлюваних правил на світовому ринку. Саме тому учасники ЗЕД велику увагу приділяють визначенню ефективності такої діяльності та здатності до успішного управління експортним та імпортом потенціалом.

При визначенні ефективності ЗЕД підприємств варто застосовувати системний підхід, який надає можливість здійснити комплексний аналіз будь-якого виду зовнішньоекономічної операції [1]. Зовнішньоекономічні операції будуть більш

успішні, якщо діяльність підприємства у сфері зовнішньої торгівлі буде не тільки добре продуманою, всебічно обґрунтованою, але і впливатиме з довгострокових цілей. Саме тому ефективність зовнішньоекономічної діяльності багато в чому закладається на етапі їх планування і попередньої підготовки до проведення, а оцінюється шляхом фінансового аналізу.

Важливим завданням для підвищення ефективності діяльності підприємства на зовнішньоекономічному ринку є визначення характеру основного напрямку роботи. Створена стратегія підприємства повинна не тільки відображати організаційну структуру підприємства, але і бути стійкою до кризи, сприяти підвищенню активності участі всіх працівників підприємства в процесі вибору і ухвалення рішень з організації роботи.

Не менш важливим фактором для сприятливого розвитку імпорتنих поставок і підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства є необхідність підготовки практичної бази. В першу чергу це правильно вибрані закордонні партнери, продумана стратегія розвитку відносин з цими партнерами, оптимальна схема доставки вантажів і офіційне митне оформлення.

Наступним етапом є проведення систематизованого ретельного аналізу економічно-господарської діяльності в цілому і зовнішньоекономічної діяльності зокрема, що дозволить розкрити зміни стану експортно-імпоротної діяльності підприємства під впливом зовнішніх та внутрішніх факторів.

Економічний аналіз підприємства здійснюється шляхом оцінки результатів господарської діяльності за попередні та поточний роки, аналізу фінансового стану підприємства, тощо.

Аналіз зовнішньоекономічної діяльності підприємства повинен містити в собі наступні показники: оцінка рівня і якості виконання підприємством зобов'язань по контрактах з іноземними партнерами, дослідження ефективності укладання контрактів; аналіз конкурентоспроможності підприємства; виявлення чинників, які позитивно чи негативно вплинули на кінцеві показники роботи підприємств.

Таким чином, проведене у статті дослідження дає змогу стверджувати, що основними напрямками вдосконалення зовнішньоекономічної діяльності українських підприємств є розробка стратегії ефективного розвитку зовнішньоекономічної діяльності, формування системи її довгострокових цілей, оцінка результатів господарської діяльності протягом всього періоду функціонування підприємства. В цілому викладена методика дозволяє всебічно і об'єктивно оцінити діяльність суб'єктів господарювання у зовнішньоекономічній сфері, визначивши основні напрями підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

Список використаних джерел:

1. Багрова І. В. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств: підручник / І. В. Багрова, Н. І. Редіна та ін. – К. : ЦНЛ, 2004 – 580 с.
2. Семко П. В. Управління ефективністю при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності [Електронний ресурс] / П. В. Семко, Е. О. Ковтун // Соціум. Наука. Культура. – 2004. – № 2.
3. Стеценко Ж. В. Механизм развития и реализации экспортного потенциала в Украине / Ж. В. Стеценко // Экономика и государство. – 2008. – № 8. – С. 47–49.

К. е. н. Хуторської П. О., Тонишева В. О.

Днепропетровский национальный университет имени Олеся Гончара (Украина)

**СУТНІСТЬ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА
В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ**

У сучасних кризових умовах господарювання зростає роль товарної політики підприємства, насамперед, через загострення конкурентної боротьби за ринки збуту товарів, підвищення уваги споживачів до якості товарів, появою нових товарів на ринку, підвищенням ролі реклами тощо. За цих умов будь-яке підприємство постійно вирішує питання стосовно того, яку продукцію виробляти, у яких обсягах та яким чином. Саме тому є достатньо актуальним в наш час питання щодо ефективного формування товарної політики підприємства, адже, товар за своєю сутністю є результатом діяльності підприємства, джерелом його прибутків та взагалі основою його подальшого розвитку.

Проблемам управління товарною політикою підприємства присвячені праці зарубіжних та вітчизняних вчених, зокрема: І. О. Бланка, В. В. Зотова, П. С. Зав'ялова, О. І. Гребнева, Н. В. Мурашкіної, Ф. П. Половцева, Н. Б. Ткаченка та ін.

Нині в умовах досить жорсткої конкуренції виробників саме властивості товару визначають напрям ринкової політики підприємства. Всі заходи, які пов'язані з товаром, тобто його створення, виробництво і удосконалення, реалізація на ринках, сервісне та передпродажне обслуговування, розробка рекламних заходів, зняття товару з виробництва, займають центральне місце в усій діяльності товаровиробника і є складовими його товарної політики [1].

Товарну політику неможливо відокремити від реальних умов діяльності підприємства, специфіки його виду діяльності. Розробка та здійснення товарної політики передбачає дотримання чіткого уявлення про стратегічні цілі виробничо-збутової діяльності підприємства, удосконалення знань про ринок та характер його вимог, найбільш ясне уявлення про можливості та ресурси підприємства у теперішній час та у майбутньому.

В наш час існує багато визначень товарної політики підприємства. Розглянемо деякі з них. Так, П. С. Зав'ялов визначає товарну політику як багатоврівневу і складну сферу діяльності маркетингу, яка вимагає прийняття рішень при конкретних особливостях товарної номенклатури, товарного асортименту, використання марочних назв, упаковки, оформлення, корисності товару, послуг, сервісу тощо [1].

За визначенням Н. В. Мурашкіної товарна політика являє собою цілеспрямовану діяльність по формуванню асортименту і управління ним з врахуванням внутрішніх і зовнішніх факторів впливу на товар, його створення, виробництво і продаж, а також юридичне підкріплення такої діяльності [2].

Н. Б. Ткаченко під товарною політикою розуміє систему дій підприємства для визначення місця товару на ринку, задоволення конкретного потенційного споживача товарами, широких можливостей їх вибору [3].

На нашу думку, під товарною політикою доцільно розуміти складний комплекс визначених узгоджених дій, методів та принципів діяльності підприємства, які пов'язані із проектуванням, виробництвом, просуванням на ринок та зняттям з виробництва товарів.

Кризові умови господарювання демонструють те, що промислові підприємства, які опинилися у майже однакових економічних умовах досить по-різному вирішують свої товарні проблеми: деякі з них проявляють розгубленість, безпорадність, а інші орієнтуються на принципи і методи маркетингу та знаходять перспективні шляхи розвитку товарної політики підприємств.

Основні напрями та принципи розробки товарної політики в більшій мірі 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].

Серед головних проблем формування товарної політики підприємства в сучасних кризових умовах господарювання можна виділити такі: забезпечення гідного рівня якості виробленої продукції підприємства; формування оптимального товарного асортименту підприємства; постійне та безперервне управління життєвим циклом товару; створення та виробництво нових товарів і послуг на підприємстві; забезпечення якісного сервісного обслуговування товарів тощо.

При цьому процес формування товарної політики повинен бути заснований на стратегічному підході, який передбачає вирішення багатьох задач, серед яких найпріоритетнішими є: оптимізація та відновлення товарного асортименту з врахуванням життєвого циклу товару; постійна адаптація товарного асортименту до

вимог ринку збуту цього товару та його потенційних споживачів; планування процесу вилучення з виробничої та збутової програми товарів, які втрачають свої ринкові позиції; забезпечення якості та конкурентоздатності товарів; освоєння нових ринків збуту; управління процесом розробки й виведення на ринок нових видів продукції тощо.

Таким чином, гарно продумана товарна політика підприємства не тільки дозволяє покращити процес формування та оновлення асортименту, а також слугує для підприємств так званим орієнтиром загального напрямку подальших дій підприємства для більш ефективної його діяльності та подальшого сталого розвитку.

Список використаних джерел:

1. Завьялов П. С. Маркетинг в схемах, рисунках, таблицах : учеб. пособ. / П. С. Завьялов. – М.: ИНФРА-М, 2002. – 496 с.
2. Маркетинг : учеб. пособ. / под общ. ред. Н. В. Мурашкина. – Псков, 2000. – 361 с.
3. Ткаченко Н. Б. Маркетингова товарна політика : навч. посіб. / Н. Б. Ткаченко. – К. : КДТЕУ, 2000. – 149 с.

К. е. н. Хуторської П. О., Шундрик Я. Г.

Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ ВИРОБНИЧИХ РЕСУРСІВ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

В умовах ринкової економіки, коли виробничі ресурси належать конкретному приватному власнику, і є обмеженими. Сьогодні особливо гостро постає питання ефективного й раціонального використання ресурсів сільськогосподарських підприємств. При цьому виробничий потенціал, який формується в залежності від економічних можливостей галузі матеріального виробництва відіграє визначальну роль у покращення здатності певної системи виробляти відповідний асортимент продукції, що обумовлено певним ресурсним забезпеченням.

Дослідженням питань організації та ефективності використання ресурсів виробництва займалося чимало вчених і науковців. З-поміж зарубіжних вчених, які досліджували ресурси виробництва, слід назвати Ч. Кобба, П. Дугласа, А. Маршалла, П. Самуельсона, Р. Солоу, С. Фішера та інших. Серед вітчизняних дослідників доцільно відзначити таких як В. Г. Андрійчук, В. Л. Анічин, О. А. Бугуцький, Ю. В. Василенко, П. Ф. Веденічев, М. І. Кісіль, В. М. Лич, І. І. Лукінов, Ф. С. Мартинкевич, П. О. Мосіюк, С. І. Муравський, О. М. Онищенко, Б. Й. Пасхавер, С. С. Сергєєв, В. К. Спрогіс, Л. В. Страума, С. Г. Струмилін та інші.

Поняття «виробничі ресурси підприємства», у сучасній економічній науці трактується неоднозначно. Термін «ресурс» походить від французького *ressource* – допоміжний засіб, та тлумачиться як засоби, запаси, можливості, джерела доходів. Під засобами розуміють прийоми, способи дії для досягнення чого-небудь, а також предмети, пристосування (або їх сукупність), необхідні для здійснення будь-якої діяльності [2, с. 66].

Слід відзначити, що сучасна економічна теорія виділяє чотири групи факторів виробництва: землю, працю, капітал, підприємницьку здібність. Економічне тлумачення цих понять дещо відрізняється від загальноприйнятого їх розуміння, тому слід дати їм визначення як факторам виробництва [4].

Найчастіше економічні (виробничі) ресурси класифікують наступним чином [3]:

- за складом: матеріальні, фінансові, трудові, природні;
- за походженням: первинні та вторинні;
- за структурою: засоби праці, предмети праці, продукти праці;
- за сферою використання: у сфері виробництва, у сфері обігу.

Важливий фактор розвитку та інтенсифікації виробництва – стабільна забезпеченість підприємства матеріальними ресурсами, а також їхнє раціональне використання [5].

Економічна ефективність показує кінцевий результат від застосування всіх виробничих ресурсів та визначається порівнянням одержаних результатів і витрат виробничих ресурсів [6].

Економічну ефективність основних виробничих засобів характеризують вартісні показники, зокрема обсяг валової продукції, рівень продуктивності праці та грошово-матеріальних витрат на одиницю продукції, обсяги валового і чистого доходу, рентабельність підприємств. Вартість валової продукції, обсяги валового доходу доцільно визначати на одиницю сільськогосподарських угідь, 1 грн грошово-матеріальних витрат та основних виробничих засобів. Результативні показники, віднесені до одиниці земельної площі, характеризують рівень використання основного засобу сільськогосподарського виробництва [1].

Отже, виробничі ресурси (чинники виробництва) – це все те, що необхідно для організації виробництва благ. Для того, щоб отримати певні блага необхідно організувати їх виробництво. У виробництві будуть задіяні виробничі ресурси.

Ресурси: капітальні, праця, природні, підприємницькі здібності.

Загальна класифікація ресурсів за фізичним змістом, містить у собі чотири основні види ресурсів: матеріальні, людські, фінансові та інформаційні.

Економічна ефективність показує кінцевий результат від застосування всіх виробничих ресурсів та визначається порівнянням одержаних результатів і витрат виробничих ресурсів.

Ефективність використання основних виробничих фондів можна висвітлити за допомогою наступних показників: 1) загальні – фондovіддача основних фондів та фондovіддача їх активної частини; рентабельність (доходність) використання виробничих фондів, фондoмісткість основних виробничих фондів та фондoмісткість їх активної частини, фондooзброєність та механоозброєність праці; 2) приватні – коефіцієнт використання машин у часі, коефіцієнт виконання норм виробітку машин та коефіцієнт інтегральної загрузки машин та устаткування.

Список використаних джерел:

1. Гетьман О. О. Економіка підприємства : навч. посіб. / О. О. Гетьман, В. М. Шаповал. – 2-ге вид. – К.: Центр навчальної літератури, 2010. – 488 с.
2. Економіка підприємства : підручник / Петрович Й. М., Кіт А. Ф., Захарчин Г. М. та ін.; за заг. ред. Й. М. Петровича. – 2-ге вид., випр. – Л. : Магнолія, 2007. – 580 с.
3. Іванілов О. С. Економіка підприємства : підручник для студ. ВНЗ / О. С. Іванілов. – К. : Центр навчальної літератури, 2009. – 728 с.
4. Комарницький І. Ф. Економічна теорія : навч. посіб. / І. Ф. Комарницький, С. В. Бойда, В. Ф. Банар. – Чернівці, 2012. – 137 с.
5. Мних Є. В. Економічний аналіз : підручник / Є. В. Мних. – К. : Знання, 2011. – 630 с.
6. Азізов С. П. Організація виробництва і аграрного бізнесу в сільськогосподарських підприємствах : підручник / С. П. Азізов, П. К. Кенійський, В. М. Скупий / за ред. С. П. Азізова. – К. : ІАЕ, 2001. – 834 с.

Черняєв А. О.

Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ІНВЕСТИЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ЯК ЧИННИК АКТИВІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ

Аналіз проблем, пов'язаних як з визначенням стратегічних напрямів розвитку держави, так й з інтегруванням України в Європу і світове співтовариство змушує форсувати перехід до інвестиційної моделі розвитку нашої країни. Адже виробництво конкурентоспроможної продукції в сучасних умовах можливо лише на інноваційній основі, як відомо, рівень та масштаби використання інновацій в Україні, з одного боку, не відповідають науково-технічному потенціалу країни, а з іншого – не дозволяють задовольняти технологічні потреби виробничих підприємств України. Проте, інноваційний розвиток економіки країни залежить від ефективного вирішення проблеми фінансового забезпечення інноваційних проектів і перш за все проектів, які мають стратегічне та пріоритетне значення для України.

Адже, саме інвестиції сприяють залученню нових виробничих технологій, впровадженню корпоративного управління, розвитку науково-технічного потенціалу тощо. Використання прямих іноземних інвестицій повинне сприяти забезпеченню

потреб української економіки у необхідній сировині та продукції, а головне – стимулювати розвиток економічно ефективних і конкурентоспроможних експортерів, що дало б змогу країні увійти в систему міжнародного поділу праці.

Україну можна вважати потенційно привабливою країною для інвестування, що пояснюється певними чинниками [1]:

1. Наявність високого природно-ресурсного потенціалу, насиченість та різноманітність якого створює базу для широкої інвестиційної діяльності. Україна повністю задовольняє свої потреби щодо залізних, марганцевих і титанових руд, ртуті, графіту, вогнетривких та формотворних глин, каоліну, сірки, сировини для виготовлення скла та будівельних матеріалів. При цьому частину цих ресурсів країна експортує.

Вважається, що Україна володіє ґрунтами найвищої у світі якості (60% сільськогосподарських угідь – високо родючі чорноземи). Можливість розвивати інвестиційну діяльність на всій території України дають також і сприятливі кліматичні умови.

2. Культурна спорідненість з іншими європейськими і північноамериканськими країнами.

3. Демографічний фактор, зумовлений тим, що Україна має високий рівень освіти населення і високу професійну підготовку інженерно-технічних працівників і робітників. В Україні є регіони з традиційно незайнятим населенням працездатного віку. Це – Закарпаття, Івано-Франківська та Чернівецька області. Серед позитивних ознак інвестиційного клімату України часто називають наявність дешевої робочої сили. Однак, практика довела, що дешеві трудові ресурси не завжди приваблюють іноземні інвестиції. Сьогодні половина загальної кількості інвестицій надходить до таких багатих країн, що мають високу вартість робочої сили: Великобританії, Нідерландів, Данії, Німеччини, Швейцарії, США, Канади та Сінгапуру.

4. Країна має великий споживчий ринок, що швидко наздоганяє ринки розвинених країн.

5. За рівнем промислового виробництва у деяких галузях Україна посідає одне з провідних місць у світі, зокрема за видобутком залізної руди і виробництвом сталі. За даними Міжнародного інституту чавуну і сталі, країна займає стабільне сьоме місце у світовому рейтингу країн-виробників.

6. Науково-технічний комплекс України за своїм обсягом і потенціалом залишається одним із найбільших в Європі і другим після Росії серед країн СНД.

Але, разом з тим, за сучасних умов капіталовкладення в Україну розглядаються іноземними інвесторами як високо ризиковані з причини нестабільності одразу у декількох аспектах економічного і суспільного життя. Тому найближчим

часом на державному рівні необхідно провести ряд організаційних заходів із залученням іноземних інвесторів до економіки України.

До найголовніших з них можна віднести гарантії уряду щодо інвестиційних проектів, які здійснюються на умовах валютної самоокупності та імпортозаміщення, а також – під іноземні кредити на середньорічній та довгостроковій основі з помірною відсотковою ставкою та пільговим періодом погашення. Крім того доцільно розробити систему страхування інвестиційних ризиків, як для зарубіжних, так і для вітчизняних інвесторів, вжити низку заходів із підвищення контролю вітчизняного інвестиційного клімату.

Виходячи з цього, необхідно розробити інвестиційний механізм, який передбачає створення сприятливого інвестиційного клімату для вітчизняного та іноземного інвестора, захист інтересів господарюючих суб'єктів та сприяння взаємовигідній інтеграції України у світову економіку; а також здійснення податкової реформи з метою заохочення інвесторів до довгострокового фінансування та кредитування інвестиційних проектів.

Список використаних джерел:

1. Кізіма Т. О. Іноземне інвестування в умовах інтеграції України і світову економіку / Т. О. Кізіма // Фінанси України. – 2014. – №10. – С. 47–52.
2. Єлейно Я. І. Інвестиції, ризик, прогноз / Я. І. Єлейно, О. І. Єлейно, К. Є. Раєвський. – Л. : Львівський банківський інститут НБУ, 2002. – 218 с.
3. Шубін А. А. Фактори, що впливають на надходження іноземних інвестицій до економіки України / А. А. Шубін // Регіональні перспективи. – 2013. – №2–3 (27–28). – С. 18–25.

Шадрін Д. П., Рябик Г. Є.

Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

РОЗРОБКА СТРАТЕГІЧНИХ НАПРЯМІВ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЗБУТОВОЇ ПОЛІТИКИ В КРИЗОВИХ УМОВАХ

Нині, в період економічної кризи в Україні, в період загострення конкуренції на ринках збуту, збільшення витрат, пов'язаних із реалізацією та просуванням товарів, а також підвищення вимог споживачів до якості обслуговування найважливішим завданням для будь-якого вітчизняного підприємства є планування і управління збутовою діяльністю. Ця діяльність полягає в тому, щоб доводити товари до споживача в тому місці, в тій кількості і такої якості, які потрібні. Проблеми збуту вітчизняної продукції в теперішній час є досить структурованими з переважанням їх кількісних елементів, оскільки якісні через відсутність повноцінного платоспроможного попиту споживачів представлені вкрай слабо. Організація

збутової діяльності здійснюється за такими параметрами, як ціна, споживчі властивості, якість, умови розподілу, обмеження в міжнародній торгівлі, час обслуговування споживачів.

В економічній літературі питанням аналізу збутової діяльності приділяється чимало уваги, зокрема в дослідженнях вітчизняних і зарубіжних науковців: О. Акіліна, Л. Балабанової, Б. Бермана, Л. Вейкрути, Н. Гудзенко, Й. Завадського, Т. Примак, З. Шершньової, В. Наумова, та ін.

Для того, щоб збутова діяльність підприємства була ефективною, необхідно розглядати збутову політику підприємства, як цілеспрямовану діяльність з організації руху потоку товарів до кінцевого споживача. В даному контексті варто звернути увагу на підхід до управління збутовою діяльністю.

Згідно з визначенням О. Проволоцької, управління збутовою діяльністю підприємства в умовах ринкової економіки з позиції маркетингу розглядається як процес планування, організації, мотивації і контролю збутової діяльності підприємств, який потрібен для формування та досягнення мети збуту [4, с. 6]. Але, на нашу думку, у визначенні слід було конкретизувати, через які саме функції маркетингу реалізується управління збутовою діяльністю, оскільки перелічені функції планування, організації, мотивації і контролю являються функціями менеджменту.

На думку Н. Гудзенко [3], організація збуту залежить від потенціалу підприємства та обраної ним збутової політики – сукупності збутових стратегій маркетингу і комплексу заходів з формування асортименту товарної продукції та ціноутворення, стимулювання збуту, укладання договорів, транспортування та інших організаційних аспектів збуту.

Дослідження визначень збутової діяльності показують, що глибше й ефективніше поєднання збуту із аналізом ринкової ситуації та з плануванням асортименту продукції здійснюються за рахунок інтеграції функції маркетингу у систему управління підприємством. Найбільш ефективними маркетинговими важелями в умовах нецінової конкуренції виступають канали збуту, способи і методи просування продукції на ринку. Маркетинговий підхід до управління збутовою політикою враховуються ключові дозволяє враховувати ключові фактори успіху, а саме: цільовий ринок, асортиментна політика, збутовий персонал, заходи мерчандайзингу, від яких залежить позиція підприємства на ринку і результативність збутової діяльності.

Таким чином, управління збутовою діяльністю підприємств – це управлінська діяльність підприємства, орієнтована на досягнення завдань і пов'язана із формуванням попиту на товари і послуги виробника, їх реалізацію за допомогою інтенсифікації споживчого попиту.

Вчасна реалізація продукції споживачеві забезпечується завдяки досконалому змістові виробничої, збутової, складської, транспортної та іншої діяльності, що в сукупності складає систему управління збутовою діяльністю підприємства. Виходячи з цього, доцільно розглянути і логістичний підхід до організування процесу збуту на підприємстві, адже логістика керується принципами раціонального управління товарно-матеріальним потоком, тож необхідно створювати такі організаційні системи, які б відображали цей потік.

Таким чином, поєднання принципів логістики та маркетингу в організаційну структуру управління підприємством передбачає зосередження функцій, пов'язаних із збутом виготовленої продукції у відділі маркетингу і логістики. Така структура створює широкі можливості логістичної оптимізації матеріального потоку на етапах дослідження ринкової ситуації, постачання матеріалів, сировини, а також на етапах розподілу, реалізації продукції споживачам та післяпродажного обслуговування [5].

Оскільки конкурентна боротьба постійно загострюється як на внутрішніх, так і на зовнішніх ринках, менеджментом підприємства повинна приділятися значна увага усім аспектам управління збутовою діяльністю підприємства, оскільки від цього залежатиме його фінансова стійкість.

Список використаних джерел:

1. Балабанова Л. В. Управління збутовою політикою : навч. посіб. / Л. В. Балабанова, П. Митрохіна. – К. : ЦУЛ, 2011. – 240с.
2. Болт Г. Дж. Практическое руководство по управлению сбытом : пер. с англ. / Г. Дж. Болт. – М. : Экономика, 1991. – 271с.
3. Гудзенко Н. М. Роль обліку збуту для забезпечення контролю процесу реалізації / Н. М. Гудзенко // Науковий вісник Національного аграрного університету. – К., 2002. – Вип. 56. – С. 263–265.
4. Проволоцька О. М. Управління збутом промислової продукції в комплексі маркетингу: автореф. дис. ... канд. екон. наук: спец. 08.06.01 / О. М. Проволоцька. – К. : Українська академія зовнішньої торгівлі, 2003. – 20 с.
5. Хрупович С. Є. Економічне оцінювання та управління збутовою діяльністю підприємств : автореф. дис. ... канд. екон. наук : спец. 08.06.01 / С. Є. Хрупович. – Львів : Львівська політехніка, 2005. – 22 с.

ЗМІСТ

<i>Yevgen Bogodistov, Veit Wohlgemuth</i> Emotions and Organizational Complexity: a Systems Theoretic Perspective	3
<i>Chus I., Vlasenko M.</i> Building a Strong Economy Oriented on Youth: Employment Aspects	6
<i>Fridman D.</i> Corporate Social Responsibility Programme “CSR – Made in Germany”	9
<i>Taranenko A. V., Grin’ko T. V.</i> Strategic Development Priorities of Domestic Enterprises at Modern Conditions	11
<i>Алексєєнко Л. І., Скрипник Н. Є.</i> Переваги вибору стратегії розвитку підприємства на засадах фасетної класифікації	13
<i>Арбеков М. О., Власенко М. О.</i> Сучасна проблема зайнятості населення та безробіття в Україні.....	15
<i>Бабак Э. В.</i> Совершенствование организационно-экономического механизма развития производственного потенциала промышленного предприятия	18
<i>Бабенко І. І.</i> Особливості застосування логістичних інформаційних систем у діяльності підприємства	20
<i>Березняк В. С., Свирина Д. Р., Смирнова Т. А.</i> Конкурентные преимущества предприятий гостиничного бизнеса Испании	22
<i>Белоконенко М. Г.</i> Аналіз собівартості продукції виробництва ВАТ «Дніпрометиз» та шляхи її зниження.....	25
<i>Бичек В. Г.</i> Особливості формування стратегії розвитку вітчизняного підприємства в умовах мінливого зовнішнього середовища	27
<i>Вакуленко І. О., Куценко В. Й.</i> Процеси впровадження морально етичних підходів до керування економікою в сучасних умовах.....	30
<i>Винничук Д. В., Рябик Г. Є.</i> Рентабельність підприємств України та шляхи її підвищення	33
<i>Джинджоян В. В., Чередниченко О. В.</i> Анализ мотивации на малом предприятии	35
<i>Дікунов О. О., Скрипник Н. Є.</i> Розробка стратегії запобігання банкрутству підприємства в умовах мінливого зовнішнього середовища	37
<i>Дрига В. С.</i> Соціалізація підприємницької діяльності як сучасний напрям управління підприємством	40
<i>Дробишева О. О., Грицан В. В.</i> Економічна ефективність: сутність та класифікація її видів	42

<i>Дробишева О. О., Похильченко І. М.</i> Значення та шляхи прискорення оборотності оборотних коштів підприємства	45
<i>Єлець О. П., Бєлікова І. М.</i> Підходи до визначення поняття собівартості продукції	47
<i>Задорожний Г. В.</i> О стратегии духовно-ноосферно-устойчивого развития Украины	49
<i>Зейналова З. Р., Куценко В. Й.</i> Сутність гуманістичної економіки	51
<i>Камендо А. О., Власенко М. О.</i> Переваги та недоліки використання електронної звітності на підприємствах України	53
<i>Кіріченко О. Ю., Куценко В. Й.</i> Шляхи забезпечення економічної безпеки підприємства в Україні у сучасних кризових умовах.....	55
<i>Коваленко О. В., Савенко Л. В.</i> Мотиваційні аспекти та матеріальне стимулювання праці персоналу промислового підприємства	58
<i>Коваленко О. В., Ходикіна І. В.</i> Стратегічне планування персоналу	59
<i>Кориченська І. В., Рябик Г. Є.</i> Сутність прибутку як економічної категорії в умовах розвитку ринкових відносин в Україні	62
<i>Костіна К. В.</i> Взаємозв'язок еволюції логістики з розвитком світових економічних процесів.....	64
<i>Кураш А.О.</i> Удосконалення системи управління витратами на підприємстві	66
<i>Куценко В. Й.</i> Принципи духовно-моральної соціальної відповідальності.....	68
<i>Кучер Н. С., Рябик Г. Є.</i> Проблеми управління прибутковістю підприємств ...	70
<i>Лизньова А. Ю., Шукаєва К. Ю.</i> Ефективність господарської діяльності торгівельного підприємства та шляхи її підвищення в умовах змінної економіки	73
<i>Литвиненко В. М.</i> Концепції транснаціоналізації діяльності компанії	75
<i>Литвиненко В. О., Власенко М. О.</i> Будівельний бізнес в умовах економічної кризи	78
<i>Майковська М. В.</i> Проблема утримання кадрів на підприємстві в сучасних умовах.....	80
<i>Макаренко С. М., Рябцева Т. О.</i> Обґрунтування методики визначення оптимального виду реклами для туристичних фірм Херсона.....	82
<i>Міщенко К. П.</i> Результативність господарської діяльності запорізьких металургійних підприємств	85
<i>Могильна О. В., Скрипник Н. Є.</i> Сучасні стратегії розвитку суб'єктів підприємництва в умовах системної фінансової кризи	86
<i>Морщенок Т. С., Литвиненко Ю. С.</i> Безробіття в Україні: стан, причини та наслідки	89

<i>Перебийніс О. А.</i> Змістовна характеристика виробничих ресурсів підприємства та шляхи підвищення ефективності їх використання.....	91
<i>Правда Д. Є., Власенко М. О.</i> Проблеми розвитку малого підприємництва України в сучасних умовах	93
<i>Романова Н. С., Рябик Г. Є.</i> Модернізація основних засобів у сучасних умовах.....	95
<i>Рябик Г. Є.</i> Перспективи та можливості використання наявного досвіду нормування праці.....	98
<i>Салтан А. Л.</i> Продуктивність праці персоналу на підприємстві	100
<i>Смолякова О. М.</i> Узагальнення процедур оцінювання економічної стійкості підприємства	102
<i>Сніжко Д. І.</i> Покращення роботи поліграфічних підприємств за рахунок впровадження тайм-менеджменту.....	104
<i>Соболь Н. О.</i> Організаційно-економічні напрями підвищення прибутку підприємства	105
<i>Теселкин Д., Власенко М. А.</i> Транснаціоналізація хозяйственной деятельности предприятий.....	107
<i>Топал А. С.</i> Зарубіжний досвід підтримки малих підприємств	109
<i>Топалов С. А., Савченко М. М.</i> Удосконалення організації оплати праці на підприємстві	111
<i>Хамініч С. Ю., Басова М. М.</i> Дослідження передумов вибору методів мотивації персоналу на підприємстві.....	113
<i>Ху Сяоюй</i> Концепція устойчивого развития	115
<i>Хуторської П. О., Дюжикова А. В.</i> Роль нормування оборотних коштів на підприємстві	118
<i>Хуторської П. О., Мариніна Р. Р.</i> Шляхи підвищення продуктивності праці персоналу.....	120
<i>Хуторської П. О., Сальніченко Ю. Д.</i> Обґрунтування заходів щодо підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства	122
<i>Хуторської П. О., Тонишева В. О.</i> Сутність товарної політики підприємства в сучасних умовах господарювання	124
<i>Хуторської П. О., Шундрік Я. Г.</i> Ефективність використання виробничих ресурсів в сучасних умовах господарювання.....	126
<i>Черняєв А. О.</i> Інвестиційна діяльність як чинник активізації інноваційної системи	128
<i>Шадрін Д. П., Рябик Г. Є.</i> Розробка стратегічних напрямів підвищення ефективності збутової політики в кризових умовах	130

Н а у к о в е в и д а н н я

Мови видання: українська, російська, англійська

ЕКОНОМІКА І МЕНЕДЖМЕНТ – 2015:
ПЕРСПЕКТИВИ ІНТЕГРАЦІЇ
ТА ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

Збірник наукових праць
Міжнародної науково-практичної конференції
(Дніпропетровськ, 23–24 квітня 2015 р.)

У дев'яти томах

Том 1. Економіка підприємства:
стратегічні пріоритети розвитку в ХХІ сторіччі

*Окремі доповіді друкуються в авторській редакції
Організаційний комітет не завжди поділяє позицію авторів
За точність викладеного матеріалу відповідальність покладається на авторів*

Відповідальний редактор Біла К. О.
Оригінал-макет Біла К. О.

Здано до друку 23.04.15. Підписано до друку 24.04.15.
Формат 60x84¹/₁₆. Спосіб друку – плоский.
Ум. друк. арк. 8,25. Тираж 100 пр. Зам. № 0415-05.

Видавець та виготовлювач СПД Біла К. О.
Свідоцтво про внесення до Державного реєстру ДК № 3618 від 06.11.09

Надруковано на поліграфічній базі видавця Білої К. О.
Україна, 49000, м. Дніпропетровськ, пр. К. Маркса, 111, оф. 17

тел. +38 (067) 972-90-71

www.confcontact.com
e-mail: conf@confcontact.com