

Міністерство освіти і науки України  
Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (м. Дніпро, Україна)  
Запорізька державна інженерна академія (м. Запоріжжя, Україна)  
Інститут економіки ім. Паата Гугушвілі  
Тбіліського державного університету імені Іване Джавахішвілі (м. Тбілісі, Грузія)  
Клайпедський університет (м. Клайпед, Литва)  
Лодзинський університет (м. Лодзь, Польща)  
Навчально-науковий інститут Економіки та менеджменту  
Національного авіаційного університету (м. Київ, Україна)  
Регіональний філіал Національного інституту стратегічних досліджень (м. Дніпро, Україна)  
Університет прикладних наук (м. Міттвайда, Німеччина)  
Університет професора доктора Асена Златарова (м. Бургас, Болгарія)  
«Alliance française de Dnipropetrovsk» (представництво у м. Дніпро)

---

*До 100-річчя Дніпропетровського національного  
університету імені Олеся Гончара (1918–2018)*

ЕКОНОМІКА І МЕНЕДЖМЕНТ 2017:  
ПЕРСПЕКТИВИ ІНТЕГРАЦІЇ  
ТА ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

Збірник наукових праць

Міжнародної науково-практичної конференції  
(Дніпро, 23–24 березня 2017 р.)

В одинадцяти томах

Том 2. Економіка підприємства: проблеми та напрями  
економічного та соціального розвитку в ХХІ сторіччі

Дніпро  
Видавець Біла К. О.  
2017

УДК 336  
ББК 65.01  
Е 45

*Затверджено на засіданні вченої ради економічного факультету  
(протокол № 8 від 23.03.2017)*

#### 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;

*Грабчук О. М.* – д. е. н., доцент, зав. кафедри фінансів Дніпропетровського національного університету імені Олеся Гончара;

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

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

*Раманаускас Юліус* – доктор габілітований, професор кафедри менеджменту Клайпедського університету;

*Гайдка Єжи* – д. е. н., професор, завідувач кафедри економіки промисловості та ринку капіталу Лодзинського університету;

*Ареф`єва О. В.* – д. е. н., професор, декан факультету економіки і підприємництва Інституту економіки та менеджменту Національного авіаційного університету;

*Шевцов А. І.* – д. т. н., професор, директор Регіонального філіалу Національного інституту стратегічних досліджень у місті Дніпро;

*Серджо Велеско* – д. е. н., професор міжнародного менеджменту факультету економіки університету прикладних наук у м. Миттвайда, Німеччина;

*Дімітров Іван* – доктор, професор Університету професора доктора Асена Златарова, Болгарія;

*Орельєн Мас* – директор Дніпропетровського Альянс Франсез;

*Почечун О. І.* – к. е. н., доцент кафедри економіки та управління підприємством Дніпропетровського національного університету імені Олеся Гончара;

*Рябік А. Є.* – к. е. н., доцент кафедри економіки та управління підприємством Дніпропетровського національного університету імені Олеся Гончара.

Е 45 Економіка і менеджмент 2017: перспективи інтеграції та інноваційного розвитку : зб. наук. праць Міжнар. наук.-практ. конф., 23–24 берез. 2017 р. : в 11 т. – Дніпро : Біла К. О., 2017.

ISBN 978-617-645-260-7

Т. 2 : Економіка підприємства: проблеми та напрями економічного та соціального розвитку в ХХІ сторіччі. – 2017. – 90 с.

ISBN 978-617-645-262-1

У збірнику надруковано наукові праці Міжнародної науково-практичної конференції, яка відбулася 23–24 березня 2017 року в Дніпропетровському національному університеті імені Олеся Гончара.

Для студентів, аспірантів, викладачів ВНЗів та наукових закладів.

**УДК 336  
ББК 65.01**

ISBN 978-617-645-260-7

ISBN 978-617-645-262-1 (Т. 2)

© Авторський колектив, 2017

Левченко Ю. Є., Курінна І. Г.

*Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

## **ПРИБУТОК ПІДПРИЄМСТВА ТА СПОСОБИ ЙОГО ПІДВИЩЕННЯ**

Прибуток є основним стимулом діяльності підприємців і гарантією прогресу соціально-економічної системи. Він характеризує активність діяльності фірми, підприємства.

Головним завданням функціонування та існування підприємства є одержання прибутку. Підприємці й працівники мають прикласти багато зусиль для того, щоб забезпечити приріст капіталу, який потрібний для майбутнього функціонування і розвитку підприємства, а також забезпечення всіх необхідних чинників.

Підсумком діяльності підприємств є їхня прибутковість, яка визначається абсолютними й відносними показниками. У новітній економічній теорії є безліч припущень щодо змісту прибутку. Приріст грошей у класичному міркуванні – це відмінність між отриманими грошми організації від продажу товарів та послуг і витратами на виробництво (собівартістю).

Утворення й формування ринкової економіки залежить від доцільного та економічно-розумного підходу підприємств нашої країни до цілеспрямування своєї діяльності, розробки стратегії фінансової сфери, оцінки та аналізу отриманих підсумків. Прибуток є визначальним чинником для розвитку підприємства, оскільки через фінансування можна поліпшити матеріально-технічні основи. Це є своєрідна гарантія для всіх форм інвестування. Уся активність та ініціатива підприємства спрямована на забезпечення приросту прибутку, зосереджена на його стабілізації та впевненому утриманні протягом тривалого часу. В контексті ефективного керування формуванням прибутку, розподілимо його на кілька видів: валовий, маржинальний, операційний та чистий.

В процесі аналізу та оцінки рівня прибутковості слід зважати на те, які зовнішні та внутрішні фактори впливають на формування прибутку і його розмір.

До зовнішніх відносяться: визначання цін державою, податкове навантаження, договір кредиту, ставки кредитування. Внутрішніми чинниками вважають політику цін, обсяги продукції, витрати обігу, кількість робітників ефективність роботи обладнання й праці робітників.

Для отримання максимального прибутку потрібно враховувати також важливі чинники:

- організаційні (покращення структури виробництва),
- технічні (перевірка та переоснащення застарілого обладнання, покращення продукту виробництва),
- економічні заохочення (покращення умов, удосконалена оплата праці).

Щоб зміни були більш ефективними та помітними з точки зору позитивного результату, треба дотримуватися вище перелічених факторів послідовно, щоб максимізувати користь в ході отримання доходу.

Для збільшення прибутку, підприємцю весь час потрібно шукати невикористані можливості, ресурси та націлювати їх на виробництво для збільшення максимальної корисності, також треба стимулювати працівників до продуктивної діяльності. Ресурси викриваються на шляху планування, вироблення та продажу продуктів чи послуг. Виявлення ресурсів, підвищення прибутковості ґрунтується на розробці методів для їх зібрання. Визначають три етапи мобілізації ресурсів [1]:

1. Етап аналізу – знаходження й суб'єктивна оцінка ресурсам.
2. Організаційний етап – експлуатація та об'єднання різних заходів (соціальних, економічних, технічних) для знаходження потрібних ресурсів.
3. Функціональний етап – виконання запланованої роботи та детальний контроль над виконанням.

Ресурси будуть збільшені при таких факторах:

1. Підвищенні кількості виготовленої продукції та вдала їх реалізація.
2. При найбільшій продуктивності за обмеженою кількістю ресурсів.
3. Удосконалення обладнання та зниження витрат виробництва.
4. При покращенні якості продукції.

Підприємці, будучи частиною економічного світу, як ніхто розуміють, що прибуток є важливою складовою бізнесу. Саме прибуток формує розвиток підприємства, масштабність, оцінює витрати та майбутні економічні можливості. Міцним фундаментом у зростання ефективності функціонування виробництва являється добре організоване управління, яке вміло поєднує професійні навички діловодства (здатність вдало обирати персонал, вміло домовлятися з партнерами, толерантність й компетентність) та напрямки виробничої діяльності [2].

Однак лише з раціональним використанням прибутку буде формуватися та розвиватися підприємство, лише правильне використання дає можливість рухатись далі. Для підвищення прибутковості потрібно враховувати рівень рентабельності. Треба також охоплювати проблематику прибутковості стосовно навколишніх сфер виробництва – сфери обслуговування, розподілу і вкладання в капіталізацію виробництва.

Щоб вирішити проблему треба проводити аналіз, синтез, оцінку щодо виробництва, проводити вище перелічені відновлювальні етапи покращення працездатності приладів та робітників, стежити за збільшенням прибутку, виявляти додаткові ресурси та об'єднувати різні шляхи збільшення розвитку прибутковості.

#### **Список використаних джерел:**

1. Фінінсова аналітика: Шляхи збільшення прибутку на підприємстві [Електронний ресурс]. – 2016. – Режим доступу : [www.finalearn.com](http://www.finalearn.com)
2. Гринчуцький В. І. Економіка підприємства : навч. посіб. / В. І. Гринчуцький. – К. : Т-во «Знання», КОО, 2007. – 471 с.
3. Шляга О. В. Шляхи підвищення ефективності роботи підприємства / О. В. Шляга, М. В. Гальцев. – К. : Кондор, 2012. – 352 с.

**Лимаренко К. А., к. е. н. Кошевий М. М.**

*Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

**ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ  
«СТРАТЕГІЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВА»**

Проаналізувавши підходи зарубіжних та вітчизняних економістів до визначення поняття «стратегічний потенціал підприємства» можна стверджувати, що більшість авторів виділяє лише окремі складові структурних елементів сучасного стратегічного потенціалу підприємства.

Проведений аналіз дає можливість згрупувати наукові точки зору авторів щодо формулювання структури стратегічного потенціалу підприємства та виділити наступні підходи: глобальний, функціональний, процесний, ресурсний та блоково-модульний підходи.

Глобальний підхід передбачає виділення в структурі стратегічного потенціалу глобальних елементів. Тобто виділення об'єктивних та суб'єктивних складових, традиційної природи потенціалу, яка полягає в єдності його економічних, екологічних та соціальних складових для задоволення корпоративних та суспільних інтересів. А також структурування потенціалу за об'єктами дослідження, за сферою реалізації та ієрархією [1].

До основних розробників цієї теорії можна віднести Є. В. Лапін, І. П. Отенко, О. С. Федолін, Л. В. Фролова.

О. С. Федоніна визначає потенціал як відображення поточних та майбутніх можливостей економічних систем трансформуючи вхідні ресурси в економічні блага за допомогою персоналу та підприємницьких здібностей, задовольняючи інтереси компанії та суспільні інтереси [7].

Є. В. Лапін розглядає потенціал як створення результату, для зацікавлених осіб, за допомогою можливостей ресурсної системи та компетенції підприємства [1].

Функціональний підхід передбачає виділення елементів, що виконують окремі функції в структурі стратегічного потенціалу підприємства. Автори за

функціональним підходом виділяють наступні види потенціалу: виробничий, організаційний, маркетинговий, технологічний, управлінський, інноваційний, фінансовий, інформаційний та трудовий потенціал [1].

У своїй роботі В. І. Блонська виділяє наступні складові стратегічного потенціалу підприємства: фінансові, інтелектуальні, інформаційні, виробничо-технологічні, управлінські та маркетингові [2].

Виділяти інтелектуальний потенціал підприємства як окрему складову пропонує Л. О. Цибульська. Автор стверджує, що інтелектуальний потенціал виступає основним чинником економічного зростання в умовах формування інноваційної моделі розвитку підприємства.

Процесний підхід передбачає виокремлення в структурі стратегічного потенціалу взаємодіючих процесів. Н. С. Краснокутська [4] говорить, що взаємодія процесів – це не одночасна дія, а сукупність дій пов'язаних між собою (планування, організація, координація, мотивація, контроль). Кожна дія є процесом і складається із системи взаємопов'язаних дій. Такий підхід передбачає технічні, економічні, матеріальні, організаційні та інші важелі впливу стратегічним потенціалом підприємств.

І. В. Гречина на основі закону взаємодіючих процесів і функціональних законів розвитку та удосконалення економічної системи, виділяє в структурі стратегічного потенціалу потенціал взаємодіючих процесів. На думку автора потенціал взаємодіючих процесів включає соціальний, економічний та природно екологічний потенціал, що дає можливість оцінити потенціал внутрішнього та зовнішнього середовища [3].

Ресурсний підхід передбачає структурування потенціалу на основі виділення окремих видів ресурсів. К. О. Белоусова та О. Ю. Попова поняття ресурсного потенціалу підприємства розглядають як сукупність якісних та кількісних характеристик ресурсів, а також ефективність використання цих ресурсів [5].

Р. В. Марушков визначає потенціал як здатність підприємства досягати стратегічних цілей та довгострокове функціонування використовуючи систему

наявних ресурсів. Л. І. Абалкін трактує потенціал як узагальнену сукупність характеристик ресурсів, що прив'язані до місця і часу.

О. А. Пробоїв розглядає стратегічний потенціал як сукупність збалансованих стратегічних ресурсів, основних знань та ключових компетенцій, при достатньому рівні розвитку яких може забезпечити ефективне досягнення цілей підприємства у довгостроковій перспективі [6].

Деякі науковці виділяють блоково-модульний підхід визначення поняття стратегічний потенціал підприємства. Засновниками цього підходу можна вважати Л. В. Фролову та Л. М. Семерунь Вони пропонують розглядати потенціал у вигляді синергетичного многокутника, який включає управління товарооборотом, персоналом, капіталом, доходами, оборотними активами та витратами торговельного підприємства [8].

#### **Список використаних джерел:**

1. Алексєєв С. Б. Визначення структури стратегічного потенціалу підприємства / С. Б. Алексєєв // Вісник Львівської комерційної академії. Серія: Економіка. – 2013. – Вип. 43. – С. 71–75.
2. Блонська В. І. Вдосконалення обґрунтування стратегії формування потенціалу підприємства / В. І. Блонська, Ю. Ю. Радецький // Науковий вісник. – 2008. – Вип. 18.1 – С. 263–268.
3. Гречина І. В. Структура сукупного потенціалу економічної системи / І. В. Гречина // Матеріали міжнародної науково-практичної конференції «Україна: Схід-Захід – проблеми сталого розвитку» (м. Донецьк, 22-23 вересня 2011 р.). – Донецьк : ДонНУЕТ, 2011. – С. 185–187.
4. Краснокутська Н. С. Потенціал підприємства: формування та оцінка : навч. посіб. / Н. С. Краснокутська. – К. : Центр навчальної літератури, 2005. – 352 с.
5. Попова О. Ю. Ресурсний потенціал розвитку підприємства: сутність та принципи оцінювання / О. Ю. Попова // Розвиток сучасної логістично-орієнтованої економіки : зб. наук. праць Донецького державного університету управління. – Донецьк : ДонНУУ, 2012. – С. 190-199.
6. Пробоїв О. А. Формування та нарощування стратегічного потенціалу підприємств інструментами фінансового інжинірингу : автореф. ... дис. канд. екон. наук : 08.00.04 / О. А. Пробоїв. – Донецьк, 2008. – 21 с.
7. Струмилин С. Г. К вопросу об изменении народного благосостояния / С. Г. Струмилин // Вопросы статистики. – 1954. – № 5. – С. 12–28.
8. Фролова Л. В. Ефективність управління фінансовими результатами торговельних підприємств : моногр. / Л. В. Фролова, Л. В. Семерунь. – Донецьк : Ноулідж, 2011. – 187 с.
9. Гринько Т. В. Стратегія як інструмент розвитку підприємств / Т. В. Гринько // Розвиток національних економік в умовах глобальної нестабільності : матеріали третьої Міжнародної науково-практичної конференції (м. Одеса, 25–26 жовтня 2013 р.). – О. : ВД «Гельветика», 2013. – С. 28–31.



Литвин В. М., к. е. н. Хуторський П. О.

*Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

## **ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ОБОРОТНИХ ЗАСОБІВ ПІДПРИЄМСТВА**

Одним з найбільш універсальних методів підвищення рентабельності підприємства, а також набуття ним якісних конкурентних переваг, є підвищення ефективності використання його оборотних засобів. Необхідність пошуку цих переваг на підприємствах України була обумовлена насамперед переходом від планової до ринкової економіки, та процесами адаптації до загальноприйнятих умов господарювання, й інтеграції в світову ринкову систему. Ці процеси принесли з собою ряд як позитивних, так і негативних наслідків, а саме: зниження соціальної відповідальності, покращення маркетингу та підвищення рентабельності підприємств.

Пошуком шляхів підвищення ефективності використання оборотних засобів постійно займаються найбільші підприємства і корпорації світу. Загалом ці шляхи зводяться до того, що: оборотні засоби потрібно або скоротити або прискорити кількість їх обертів у процесі виробництва. Кількість обертів оборотних засобів залежна від низки факторів: попит на продукцію на ринку, техніко-технологічні вимоги до процесу виробництва, масштаби виробництва. А от частка загальних витрат на оборотні засоби може достатньо суттєво зменшитись унаслідок скорочення запасів підприємства, та витрат на їхнє утримання і транспортування.

Одним з найкращих відкриттів даного напрямку є розроблена наприкінці 50-х років ХХ століття логістична концепція «Якраз вчасно» (Just in Time). Політика даної системи вимагає доставки матеріалів, товарів та послуг саме тоді, коли вони є необхідними для роботи чи процесу. Широкого застосування система набула в межах компанії «Тойота», яка першою взялася перенавчати робітників, постачальників та працівників збуту до роботи в межах даної концепції. «Основна ідея полягає в тому, що: якщо виробничий розклад задано,

то можна так організувати рух матеріальних ресурсів, що всі матеріали, складові та напівфабрикати будуть надходити в необхідній кількості, в потрібне місце і точно до призначеного терміну для виробництва, складання або збуту виробленої продукції. При цьому страхові запаси, що є частиною оборотних засобів підприємства, які заморожують грошові кошти фірми, не потрібні, а це і є прикладом підвищення їх використання» [1].

Для впровадження системи потрібне виконання низки умов:

- замовленням споживачів мають відповідати не запаси, а виробнича потужність;
- в умовах мінімальних запасів необхідна безперервна раціоналізація організації і управління виробництвом, щоб своєчасно ліквідувати помилки;
- зміна мислення персоналу всієї фірми і чітке розуміння, що чим менше запасів, тим краще.

Дана система достатньо сильно поширилась у світі, та застосовується у багатьох економічно розвинених країнах (США, Канада, Західна Європа).

Нажаль дотепер система не набула широкого застосування на просторах України, через низку технічних, економічних та ментальних проблем. Наслідками низького рівня доходів робітників, їх низької освіченості є низький рівень відповідальності, та мала ефективність робочого класу. А інфраструктура в Україні, зокрема стан автомобільних доріг є суттєвою перешкодою на шляху побудови оптимальної, конкретної та відповідальної логістичної системи. Разом з цим, значно заважає низький рівень розвитку ринкових відносин, та низький рівень відповідальності за невиконання домовленостей. Тому система впроваджена на малій частці середніх та малих підприємств, де завдяки чіткій співпраці між підрозділами компанії, можливо працювати за філософією «Якраз вчасно».

Однак, на сьогодні застосування даної системи в Україні обмежена господарською направленістю держави. Так, як значну частку ВВП країни складає сільське господарство, в якому використання системи «Якраз вчасно» обмежено факторами що не підконтрольні людині, ми не можемо значно підвищити ефективність вико-

ристання оборотних засобів. Хоча відомі перші успіхи прогресивних господарств, яким вдалося отримати 2 урожаї нарік, цей факт не можна віднести до економічно-технологічних, а скоріше до природних факторів господарювання.

Компанії, що застосували даний метод на практиці отримали певні позитивні результати: скорочення запасів незавершеного виробництва на 40 %; запаси готової продукції знизилися на 30 %; тривалість виробничого циклу зменшилася на 40 %; підвищено гнучкість виробництва, час реалізації продукції скоротився приблизно в 2 рази.

Висновками є те, що для підвищення ефективності окремих підприємств, та господарства всієї країни, слід переналагодити виробництва за найкращими світовими системами, що призведе до підвищення ефективності використання оборотних засобів підприємства.

#### **Список використаних джерел:**

1. Ільченко В. О. Особливості використання нормованих оборотних засобів / В. О. Ільченко // Економічний вісник. – 2014. – № 8. – С. 66.
2. Макаровська Т. П. Економіка підприємства / Т. П. Макаровська. – 1998. – № 4. – С. 126–131.
3. Кліяненко Б. Т. Економічна ефективність використання оборотних засобів сільськогосподарських підприємств в сучасних умовах господарювання : моногр. / Б. Т. Кліяненко, П. О. Хуторської. – Луганськ : «Елтон-2», 2011. – 136 с.

**Лихачевська А. Ю., Рябик Г. Є.**

*Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

### **ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ СТАНУ ЗАСОБІВ ПРАЦІ ПІДПРИЄМСТВА**

В останні роки умови існування на ринку товарів та послуг стали більш жорсткими у плані конкуренції. Оскільки попит дуже швидко падає, ринок вимагає від виробників нижчих цін на продукцію з урахуванням не змінної або покращеної якості. Без наявності високоякісних елементів виробництва, таких як засоби праці, предмети праці та жива праця, неможливе виробництво якісної конкурентоспроможної продукції. Таким чином, стан засобів праці безпосередньо

впливає не лише на якість товарів, а й на їх вартість. З економічної точки зору зрозуміло, що застаріле обладнання часто виходить з ладу і потребує значних витрат на проведення ремонтів. Це не може не відбиватись на собівартості товарів, які виготовляються за допомогою даних засобів виробництва.

Використання сучасного високопродуктивного обладнання дозволить підприємству конкурувати на ринку не лише за якістю продукції, а й за витратами. При цьому, підприємство зможе власноруч корегувати існуючу цінову політику, опираючись на умови ведення бізнесу.

Статистичні данні показують, що на відміну від минулих років рівень зношеності засобів праці зріс. Так, в 2016 році ступінь зношеності основних засобів в цілому по промисловості становив 76,9 % проти 60,3 % у 2015 році та 56,9 % у 2014 році. При цьому, найбільший відсоток зносу – 82,6 % у галузі постачання електроенергії, газу, пари та кондиційованого повітря [2]. Наведена інформація означає, що вже наявні ресурси використовуються неефективно, що не є вигідним для жодного з суб'єктів ринку. У зв'язку з цим падає якість товарів, тобто вони стають менш конкурентоспроможними і не можуть представляти себе на зовнішніх ринках. У цій ситуації оцінка стану засобів (знарядь) праці підприємства стає вкрай актуальним питанням.

Дана тема цікавила багатьох науковців-економістів, оскільки вона має перш за все практичний характер. І розкривалася вона на конкретних прикладах підприємств, наприклад праця Ю. В. Неміш, яка взяла за приклад м'ясопереробне підприємство і таких праць велика кількість. У своїх дослідженнях сучасні вітчизняні науковці використовують такі методи як стратегічний аналіз та систематизацію.

Метою оцінки стану засобів праці є, у подальшому, ефективне використання уже наявних на підприємстві ресурсів, що приведе до зменшення собівартості продукту або послуги, а у результаті до збільшення прибутку.

У свою чергу слід відзначити, що яка б система оцінки стану основних засобів (надалі ОЗ) не була, вона потребує показників, за якими будуть проводити

розрахунки. Стандартна схема аналізу ефективного використання знарядь праці включає в себе чотири етапи: оцінювання ефективності використання ОЗ, створення порівняльної характеристики стану ОЗ за звітний та попередній період, пошук та визначення проблем, усунення проблем.

Сучасні науковці все частіше і частіше поділяють показники ефективності підприємства в цілому на показники відтворення та ефективності зокрема.

Разом з цим існують і інші способи оцінки стану знарядь праці. Наприклад, для оцінки необхідно створити систему показників, яка буде складатись з натуральних показників та вартісних.

Науковець Скляренко виділив чотири групи показників, які використовуються для стратегічного аналізу стану ОЗ підприємства: інтенсивний, екстенсивний, інтеграційний та узагальнюючий показники.

Сучасні підприємства за статистичними даними використовують систему показників, яка складається з 6 груп. Такий метод несе у собі характер системності більш, ніж характер аналізу. Одним з головних етапів використання цього методу є визначення обсягу ОЗ.

Групування показників за цим методом здійснюється за наступними групами, які включають в себе коефіцієнти оцінки:

1) забезпечувальні показники (коефіцієнти надходження (введення в експлуатацію нових знарядь), використання наявного обладнання, використання нового встановленого обладнання);

2) інтенсивні показники (коефіцієнт оновлення, коефіцієнт ліквідації, приросту та інтенсивності оновлення (амортизації));

3) технічні показники (коефіцієнт зношення, коефіцієнт придатності та коефіцієнт різниці цих показників);

4) узагальнювальні показники (фондовіддача, фондомісткість, виручка від реалізації на 1 гривню амортизації, рентабельність)

5) екстреного використання (коефіцієнт інтенсивності, інтегральний коефіцієнт);

6) управлінські показники (реальної вартості основних засобів та мобільності).

Аналіз стану основних засобів та покращення використання для підвищення ефективності може зменшити реальні витрати, збільшити валовий випуск продукції, зменшити рівень морального зносу основних засобів та навіть зменшити негативний вплив на навколишнє середовище. Все це просто здійснюється за допомогою введення таких засобів як автоматизація підприємства, введення нового технічно сучаснішого обладнання, підвищення рівня кваліфікації персоналу.

**Список використаних джерел:**

1. Карчевська Г. Г. Особливості процесів відтворення основних засобів на промислових підприємствах / Г. Г. Карчевська // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. – 2013. – № 2 (71). – С. 127–131.
2. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>
3. Скляренко В. К. Економіка підприємства : учеб. / В. К. Скляренко, В. М. Прудніков. – М. : ИНФРА-М, 2006. – 528 с.

**К. е. н. Ліхоносова Г. С.**

*Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля (Україна)*

**СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНА ЗАЛУЧЕНІСТЬ  
ЯК ФОРМА ІНТЕРПРЕТАЦІЇ РЕПУТАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА**

Наразі підприємство як суспільно-організаційна форма твердо займає місце сполучної ланки соціально-економічної інтеграції. У свою чергу соціально-економічна інтеграція розглядається як механізм встановлення оптимальних зв'язків між підприємством і суспільною системою в цілому [1, с. 334]. У зв'язку з цим можна виділити такий соціальний феномен, супутній соціально-економічної інтеграції суспільства і підприємства, як репутация підприємства.

Таким чином, мета дослідження полягає в тому, щоб розкрити соціально-економічний феномен репутации підприємства, його функціонування та подати на концептуальному рівні всі елементи соціальної інтеграції суспільства і підприємства на основі репутации, а також його вплив на соціальну структуру суспільства.

Дія індивіда на основі репутації є соціальною дією, тобто спрямований на вирішення життєвих проблем і протиріч і свідомо орієнтовано на відповідь поведінка [2, с. 122]. До репутації підприємства в останні десятиліття виник підвищений інтерес як суспільства в цілому, так і з боку самих підприємств. Суб'єкт, приймаючи рішення про співпрацю з будь-яким підприємством, став у багатьох випадках керуватися саме інформацією про репутацію підприємства. Таким чином, репутація стала, з одного боку, важливою категорією, яка характеризує громадську думку про підприємство, з іншого – одним з найважливіших активів підприємства, так як процес формування цього активу відбувається при взаємодії суспільства і підприємства.

Відповідно до класифікації соціальних процесів Р. Парка і Е. Берджеса [3] найбільш ефективною формою взаємодії підприємства і суспільства є процес кооперації, коли люди і їх організації готові співпрацювати заради досягнення спільних цілей: для суспільства – внесок підприємства в соціальний розвиток, для підприємства – поліпшення громадської думки про підприємство, підвищення лояльності з боку різних суспільних груп. За даними міжнародної консалтингової компанії Price Waterhouse Coopers [4, с. 123–125], прихованими факторами підвищення організаційної ефективності і вартості підприємства є: інновації, замовники, ланцюжок поставок, персонал і репутація. Таким чином, репутація є тим ресурсом взаємодії суспільства і підприємства, який здатний надати підприємству додаткові переваги.

Однак, щоб мати ресурсом репутації, потрібно вивчити природу його походження і механізми його функціонування. На сьогоднішній день підприємства особливо посилено позиціонують свою відповідальність перед суспільством [5, с. 372]. Це свідчить про те, що суспільний розвиток на даному етапі вимагає інтеграції цілей, як суспільства, так і підприємства. Індикатором процесу інтеграції для суспільства виступає внесок підприємства в соціальний розвиток, для підприємства ж – участь в соціальному житті суспільства заради поліпшення громадської думки про підприємство, що вельми легко може трансформуватися в економічні дивіденди.

Соціологічні та маркетингові дослідження [6] показують, що 5 % підвищення лояльності покупців може підняти нижню межу прибутку на 50–75 %. З огляду на те, що ймовірність перемикання споживача на марку, пов'язану з доброю справою (за умови рівної ціни і якості) – 76 %, можна прийти до висновку, що відповідальність підприємства в соціальній сфері можна розглядати і як добру волю підприємства, і як інструмент формування репутації.

Такі соціальні інвестиції мають подвійну користь: з одного боку, підприємство інтегрується в суспільство ще сильніше, допомагаючи вирішувати соціальні проблеми, з іншого, воно досягає мети свого існування – отримання прибутку. Цю модель соціальної інтеграції підприємства і суспільства на основі репутації в цілому можна назвати довгостроковим взаємовигідним партнерством.

Формування репутації підприємства охоплює його діяльність у всіх напрямках – це і виробництво, і фінанси, і економіка, і інновації, і кадри, і екологія, і відносини з державними та контролюючими органами, участь в соціальних проектах, що, в кінцевому рахунку, робить істотний вплив на становлення соціальної структури суспільства.

Отже, економічна ефективність становить основу успішної підприємницької діяльності. Отже, вона постійно перебуває в центрі уваги конкуруючих організацій. В останні десятиліття механізм конкуренції, в рамках якого знаходить своє вираження економічна ефективність, зазнав певної модифікацію, викликану формуванням постіндустріального та інформаційного суспільства, що стало основою зростання уваги підприємців до соціальних аспектів. Тобто, внутрішнє середовище підприємства слід розглядати як джерело і генератор тієї репутації, яку споживають зовнішні організаційні аудиторії.

#### **Список використаних джерел:**

1. Економічна енциклопедія : у 3-х т. / ред. С. В. Мочерний. – К. : Академія, 2000. – Т. 1. – 864 с.
2. Вебер М. Избранные произведения / М. Вебер. – М. : Прогресс, 1990. – 625 с.
3. Burgess E, Park R., McKenzie R. The city, Chicago 1926, p. 124
4. Бородин Д. Репутация как предмет современной PR-деятельности / Д. Бородин // Репутация организации: создание, управление, защита: материалы семинара, Москва, 12 апреля 2002 года. – М. : Изд-во МБШ, 2002. – С. 123-125.



5. Соціальна відповідальність : підруч. / Т. В. Калінеску, Г. С. Ліхоносова, В. С. Альошкін. – Сєвєродонєцьк : Вид-во СНУ ім. В. Даля, 2015. – 472 с.
6. Прингл Х. Энергия торговой марки / Х. Прингл, М. Томпсон. – СПб., 2003. – 288 с.

**Лящук Д. В., к. е. н. Бикова В. Г.**

*Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

## **ЕВРИСТИЧНІ МЕТОДИ ПОШУКУ РІШЕНЬ ЯК СУЧАСНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ РОЗВИТКУ ОРГАНІЗАЦІЇ**

В сучасних умовах конкурентної економіки важливим фактором розвитку економічної системи будь-якого рівня стає людський фактор. Здатність людей виходити за рамки, думати не шаблонно і приймати нові рішення – все це є ключем до розвитку організацій. Пошук і впровадження таких рішень є комплексною проблемою. Дослідження в області вирішення комплексних проблем і складних завдань людиною надають безліч фактів того, як людський фактор призводить до невдалих рішень [2]. Основною причиною цього є той факт, що людям властиво поводитися нерационально [3].

Традиційно усі методи розробки управлінських рішень поділяються на три групи: формалізовані, евристичні і комбіновані. Якщо методи першої групи є найбільш уніфікованими, методично опрацьованими та дають можливість одержати об'єктивний результат, що базується на формальній логіці, то саме евристичні методи сприяють активізації інноваційних процесів у всьому багатоаспектному їх прояві, оскільки під евристичними методами розуміють послідовність процедур обробки інформації, які виконуються для пошуку більш раціональних і нових конструктивних рішень. Ці методи спрямовані на скорочення перебору і організацію спрямованого пошуку рішень. У той же час практичне застосування евристичних методів пошуку рішень піддане дії людського чинника, враховуючи, що носієм новітніх ідей є інтелектуальна компонента мисленнєвої діяльності персоналу організації.

Результатом застосування евристичних методів є: винахід, відкриття, раціоналізаторська пропозиція стосовно усіх сфер діяльності організації. Передусім, це стосується техніко-технологічної складової діяльності (як, наприклад, у випадку застосування елементів теорії рішення винахідницьких задач), проте ці ж методи є ефективними й у інших сферах: для розробки управлінських рішень організаційного характеру, для пошуку маркетингових рішень, для визначення пріоритетних напрямів розвитку кадрового потенціалу організації тощо. Зауважимо, що евристичні методи не універсальні. Для кожної групи завдань застосовувати слід різноманітні методи і їх комбінації. Евристичні методи класифікуються на підставі основного активізуючого ефекту [1, с. 368].

1. Методи, які активізують колективні форми пошуку рішень. Ці методи засновані на гіпотезі, що мислення групи людей, організоване за певними правилами, за умов позитивного мікроклімату виявляється значно краще, ніж сума індивідуальних рішень. Приклади методів: мозковий штурм, конференція ідей, синектика, метод шести капелюхів мислення та ін.

2. Методи систематизованого пошуку рішень (упорядкування, комбінування і перебір приватних рішень), такі як: модифікації морфологічного аналізу і синтезу, методи упорядкованих ознак і десяткових матриць пошуку .

3. Методи активізації асоціативного мислення через використання аналогій, метафор і семантичних властивостей понять. До них відносяться: метод фокальних об'єктів, метод гірлянд випадковостей і асоціацій.

4. Методи бібліотеки способів вирішення суперечливих питань за допомогою евристичних методів. До їх числа відносяться: алгоритм розв'язання винахідницьких задач, бібліотека евристичних прийомів, функціонально-фізичний метод пошукового конструювання.

Певний суб'єктивізм рішень, розроблених із застосуванням групи евристичних методів пояснюється тим, що у процесі прийняття колективних рішень проявляються соціально-психологічні ефекти, які впливають на якість рішень групи [4, с. 152]:

1) ефект «соціальної фасилітації» (тобто підтримки і схвалення), який зумовлений специфікою реакції групи на дії окремої особистості – пропозиції щодо вирішення конкретного завдання;

2) ефекти «соціальних лінощів» і «дифузії відповідальності», які призводять до зниження інтенсивності роботи групи та «перекладання» відповідальності один на одного;

3) ефект «конформізму», який проявляється у можливій зміні рішення внаслідок конфліктів його сприйняття особистістю і групою в цілому;

4) ефект «групового мислення» – найбільш згубний, здатний звести нанівець усі позитивні можливості застосування евристичних методів.

Для того щоб в процесі прийняття колективних рішень уникнути негативних ефектів і зробити такий процес максимально результативним, слід ввести в групу фахівця, який вміє здійснювати успішну групову комунікацію. Такий фахівець – фасилітатор. Він забезпечить дотримання правил зустрічі, її процедури та регламенту, що дозволить її учасникам сконцентруватися на меті та змісті зустрічі.

Таким чином, можна зробити висновок, що евристичні методи дозволяють максимально використовувати людський ресурс для розвитку організацій. Загальновідомо, що інновація починається з нового погляду, з нового підходу до старої проблеми. Потрібно лише знайти правильну ідею. Евристичні методи колективних рішень якраз і покликані вирішити проблему дефіциту ідей.

#### Список використаних джерел:

1. Андрейчиков А. В. Анализ, синтез, планирование решений в экономике / А. В. Андрейчиков, О. Н. Андрейчикова. – 2-е изд. – М. : Финансы и статистика, 2004.
2. Дернер Д. Логика неудачи: Стратегическое мышление в сложных ситуациях / Д. Дернер ; пер. с нем. И. А. Васильева, А. Н. Корницкого. – М. : НПФ «Смысл», 1997. – 243 с.
3. Саймон Г. Рациональность как процесс и продукт мышления [Електронний ресурс] / Г. Саймон ; пер. К. Б. Козловой и М. А. Бланко // THESIS. – 1993. – Вып. 3. – Режим доступа : [http://ecsocman.hse.ru/data/629/779/1217/3\\_1\\_2simon.pdf](http://ecsocman.hse.ru/data/629/779/1217/3_1_2simon.pdf)
4. Симонов К. В. Политический анализ : учеб. пособ. / К. В. Симонов. – М. : Логос, 2002.

**К. е. н. Максимчук О. С., Шапран Г. О.**

*Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

## **СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ В УКРАЇНІ**

На сьогодні, туризм є однією з рушійних сил соціально-економічного прогресу. Туристичний бізнес став одним із головних елементів у міжнародній торгівлі та, в той же час, є одним із ключових джерел доходів для багатьох країн, що розвиваються. Глобальне розповсюдження туристичного сектору в багатьох державах призвело до економічних та трудових вигід в суміжних галузях. Туристична індустрія тісно пов'язана та має значний вплив на наступні економічні сектори: транспорт, будівництво, торгівлю, телекомунікаційні системи тощо. За даними Всесвітньої туристичної організації, туристична індустрія генерує близько 10 % світового ВВП, грошові потоки туристичної сфери за 2015 рік склали 1,5 трлн дол. США, туристична галузь і взаємопов'язані з нею сфери економіки створюють кожне 11 робоче місце у світі. Значення туристичної сфери та перспектива розвитку туристичних підприємств тісно пов'язані з економічними перевагами для країни, які вона надає за умови її вмілого розвитку [1].

Позитивними рисами ефективного функціонування туристичного сектору є:

- збільшення зайнятості населення у сферах, пов'язаних з наданням туристичних послуг;
- значний вплив на розвиток суміжних економічних галузей;
- поповнення державного бюджету за рахунок податкових надходжень;
- вплив на місцеву економіку регіону.

Наявність ефективно функціонуючого туристичного сектору в Україні могла б сприяти зростанню економіки та покращенню якості життя населення. Проте, на даний час, туристична сфера в Україні не має необхідного розвитку. За даними

Всесвітньої туристичної організації на Україну припадає лише 2 % туристичного потоку серед країн світу [1]. Кількість іноземних туристів в Україні на 2015 рік склала 15159 осіб, у той час, як у Іспанії ця цифра сягає 68,1 млн чоловік та допомагає країні залишатися на відповідному рівні розвитку в той час, коли інші галузі економіки страждають від кризи [2].

Водночас, в нашій країні існують необхідні ресурси для розвитку туристичних напрямків: географічні, природні, культурно-історичні.

Причинами, що гальмують туристичний потік та створюють проблеми в розвитку туристичних підприємств є:

- 1) гальмування інвестицій через відсутність врегульованої системи нормативно-законодавчої бази;
- 2) туристичні підприємства України зазнають достатньо сильної якісної та цінової конкуренції з боку іноземних туроператорів;
- 3) мінливість політичної та економічної ситуації в країні;
- 4) обмежене коло українських туроператорів, які діють самостійно та незалежно від закордонних операторів;
- 5) різке падіння туристичних потоків через військовий конфлікт на Сході країни;
- 6) обмежена кількість пропонованих видів туризму.

Для розвитку підприємств туристичного сектору в Україні необхідно:

– спростити відвідування України для туристів з країн, що є лідерами з витрачених коштів на подорожі шляхом скасування віз. Таким чином, позитивним зрушенням є дозвіл, що був прийнятий у 2016 році Кабінетом Міністрів України на безвізове перебування до 15 діб для громадян КНР, які є світовим лідером із величини витрачених коштів на туризм у розмірі 292 млрд дол. США за 2015 рік [1];

– туристичний бізнес має включити у свою діяльність більше різновидів туризму (екстремальний, гастрономічний, етнічний, агротуризм, фототуризм,

індустріальний туризм). Індустріальний туризм має високі перспективи розвитку в Україні, оскільки в його основу покладено дослідження підземних комунікацій, прогулянки дахами покинутих об'єктів. Таким чином, занедбані будівлі України можна з легкістю перетворити на дохідні об'єкти туристичної інфраструктури. Створення підприємств, які відкривають етнічний туризм є надзвичайно цікавою ідеєю для туристів, що бажають відчувати на собі культуру та традиції відповідного суспільства;

- створення можливостей державного кредитування туристичного бізнесу;
- поширення інформованості про українські туристичні об'єкти іноземних громадян;
- створення відповідної туристичної інфраструктури збоку держави;
- туристичні оператори мають покращити сервіс та застосовувати практику обслуговування європейських країн, яка має на меті формування відповідного іміджу для подальшого співробітництва з клієнтами.

Оскільки потоки іноземних туристів в Україну падають з 2013 по 2015 рік в середньому приблизно на 23 % [4], туристичні підприємства мають застосовувати нові заходи для покращення та удосконалення сервісу до якого звикли туристи з розвинених країн. Важливим є також привернення уваги українських туристів до відпочинку в середині країни шляхом інформування про наявність унікальних місць в державі, найбільш якісного задоволення бажань споживачів для того, аби зменшити відтік коштів закордон. Зважаючи на важливість розвитку туристичної індустрії, українські туристичні підприємства мають зосередитись на довгострокових перспективах задля успішного здійснення своєї діяльності.

**Список використаних джерел:**

1. UNWTO Tourism Highlights 2016 Edition [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://tourlib.net/wto/WTO\\_highlights\\_2016.pdf](http://tourlib.net/wto/WTO_highlights_2016.pdf)
2. Estadísticade Movimientos Turísticosen Fronteras [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ine.es/daco/daco42/frontur/frontur1215.pdf>

3. Тімар І. В. Перспективи розвитку промислового туризму в Дніпропетровській області / І. В. Тімар // Проблеми економіки: нові ринки та нові напрямки розвитку: матеріали науково-практичної конференції (м. Дніпропетровськ, 6–7 лютого 2015 р.) – Дніпропетровськ : НО «Перспектива». – 2015. – Ч. 3. – С. 11–14.
4. Туристичні потоки [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2007/tyr/tyr\\_u/potoki2006\\_u.htm](http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2007/tyr/tyr_u/potoki2006_u.htm)

**Малуха С. І., к. е. н. Хуторської П. О.**

*Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

## **СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ВИСТАВКОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ**

Виставкова діяльність є однією з найбільш прогресивних та сучасних засобів забезпечення покращення міжрегіональних та міжнародних зав'язків, розповсюдження та реклами нових технологій та продуктів. Завдяки активному розвитку цієї галузі покращується рівень технологічного стану виробництва [1].

Виставкова діяльність для України є чи не найбільш суттєвою галуззю, яку необхідно розвивати для покращення економічного стану країни, оскільки більшу частину усього ринкового сегменту посідають дрібні та середні підприємства, які не мають достатніх фінансових можливостей для проведення масштабних рекламних заходів. Виставка – це, по перше, презентація досягнень людини у тій чи іншій галузі і лише потім, здобуття комерційної вигоди; це і реклама, і маркетингове дослідження, і демонстрація товару чи послуг. Саме за допомогою таких заходів, відбувається безпосередній контакт між виробником і майбутнім споживачем завдяки чому можуть бути поставлені усі питання, що цікавлять, стосовно технології чи продукту безпосередньо експоненту.

Україна має високий потенціал у сфері виставкового бізнесу, проте проблема високої роздробленості ринку, викликана тим, що велика кількість виставок організовується недостатньо кваліфікованими, в даній галузі, фахівцями, що і викликає недовіру у виробників і споживачів. Однак на ринку виставкової індустрії існують декілька компаній, що на протязі багатьох років успішно втримують

свої позиції. За останні декілька років у нашій країні з'явилися філіали багатьох іноземних виставкових компаній, але їх вплив, на жаль, ще недостатньо вагомий. Окрім вище зазначених проблем, розвитку українського виставкового бізнесу перешкоджають відсутність достатнього рівня сервісу (туристичного, інформаційного) та сучасних експоцентрів, які зараз існують лише у великих містах (Київ, Харків і т. д.) [2].

Проаналізувавши статистичні дані можна побачити, що найбільша кількість проведених виставкових заходів було проведено у 2008 році (до кризовий період), потім цей показник показав тенденцію до спаду в докризовому та після кризовому періодах. У цілому 2008 рік можна вважати піком розвитку виставкової діяльності. Після кризи у 2009 році рівень основних показників ще більше знизився і ця тенденція зберігається вже протягом багатьох років (табл. 1).

**Таблиця 1. Динаміка основних показників виставкової діяльності [3]**

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
<b>Кількість проведених виставкових заходів, усього</b>	<b>1094</b>	<b>1107</b>	<b>1088</b>	<b>1174</b>	<b>1076</b>	<b>1127</b>	<b>1116</b>	<b>1010</b>	<b>922</b>
із загальної кількості заходів:									
виставки	572	566	593	653	512	510	497	480	403
ярмарки	522	541	495	521	564	617	619	530	519
Загальна забудована площа організаторів виставок, тис. кв. м	1231,1	1539,6	1476,3	1836,4	1267,2	1268,1	1282,7	1040,1	908,9
Загальна виставкова площа виставкових центрів, тис. кв. м	202,6	209,6	169,5	192,5	196,1	206,0	202,0	201,0	201,0
Кількість учасників виставкових заходів	66376	74082	74937	82453	68745	73367	69616	62645	55895
із них – іноземних	3571	3862	4684	4940	3168	3164	3275	3073	3015
Кількість відвідувачів виставкових заходів, тис. осіб	9834	11891	11006	13309	10629	11161	9351	6732	5597

Разом з отриманням Україною безвізового режиму збільшиться кількість міжнародних виставок, що приверне увагу великої кількості іноземних компаній, посприє розвитку виробництва, зростанню конкурентоспроможності товарів та



послуг. Крім цього необхідно підвищити кваліфікацію фахівців, що працюють у цій галузі. Ознайомлювати випускників шкіл з даною сферою діяльності, задля привернення уваги та поширення професії, роз'яснення її суті, тобто створення конкурентоспроможних випускників ВНЗ, які при вступі будуть цілеспрямовано обирати даний фах. Створювати курси перекваліфікації працівників із залученням їх до виставкового бізнесу та з гарантією майбутнього працевлаштування. Розвиток туризму у країні також позитивно вплине на стан виставкової галузі, тому що це розширить кордони пізнання України, її культури, традицій та звичаїв. Припинення військових дій на сході та повернення анексованого Криму дасть змогу для подальшого розвитку та відновлення втраченого рівня виставкової діяльності на цих територіях.

Підсумовуючи викладене, можна зробити висновки, що сучасна виставкова індустрія знаходиться на стадії розвитку, проте весь потенціал, на жаль, не використовується. Усі вище перераховані проблеми призводять до: низьких темпів росту якості сервісу, відсутності вливання іноземних інвестицій та впровадження нових технологій. Україні необхідно брати до уваги досвід іноземних компаній, стосовно проведення, організацій та участі у подібних заходах, використовувати іноземні програми для підвищення кваліфікації працівників та залучення їх до програм міжнародних обмінів.

#### **Список використаних джерел:**

1. Постанова Кабінету Міністрів України «Про вдосконалення виставково-ярмаркової діяльності в Україні» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.rada.gov.ua>
2. Мангушев Д. Сучасний стан виставково-ярмаркових заходів [Електронний ресурс] / Д. Мангушев. – Режим доступу : <http://www.economy.nauka.com.ua>
3. Державна служба статистики України «Виставкова діяльність» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>

**Махова Д. С.**

*Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

**АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ КОМПАНІЙ  
В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ**

Головним завданням кожної компанії є максимізація прибутку і мінімізація витрат, і тому перед усіма компаніями постає проблема, що стосується пошуку напрямків скорочення витрат. Підприємства хочуть не просто мінімізувати витрати, що може привести до скорочення виробництва, а більш раціонально і ефективно використовувати ресурси компанії і отримати максимальну віддачу на всіх стадіях виробничого процесу. Під процесом управління витратами компанії розуміють визначення витрат, їх облік, угруповання та надання у зручному вигляді для подальшого аналізу і ухвалення правильних управлінських рішень.

Проблеми управління витратами підприємства є одними з найвагоміших і найскладніших в ринковій економіці. Якщо в час, коли відбувався перехід до ринкових відносин більшість компаній бажали отримати зростання рентабельності завдяки підвищенню відпускних цін на товари, то в сучасних умовах коли на ринку панує жорстка конкуренція, всі галузі економіки ці можливості поступово втрачають. Значної уваги приділяють саме неціновим факторам укріплення своєї позиції на ринку, такі як покращення якості товарів, надання гарантій та післягарантійного обслуговування та надання інших додаткових послуг.

Управління витратами є важливим інструментом підприємства при боротьбі з конкурентами, через те що закономірне управління витратами сприяє зниженню цін на товари, що при інших рівних умов надає підприємству збереження і укріплення своїх позицій на ринку. На практиці ж дуже багато підприємств наштовхуються на певні складнощі у вирішенні різних проблем управління, що не дає можливості розробити якісної системи управління витратами виробництва [1].

Перша проблема стосується того, що існує безліч різноманітних видів витрат, і тому потрібне додаткове вивчення їх видових особливостей для чергового їх

узагальнення, з метою оптимізації постановки управлінського обліку. Основним інструментом управління собівартістю є управлінський облік, що являє собою самостійну систему збору, планування, контролю, аналізу, а також негайного прийняття управлінських рішень для того, щоб оптимізувати фінансові результати роботи компанії.

Другою проблемою є складність, а часом навіть неможливість точного вимірювання складу витрат. Це робить сильний вплив і на труднощі здійснення облікових операцій. Така проблема має місце при формуванні якісної системи управління витратами.

До третьої проблеми відносять неоднозначний вплив витрат на прибутки підприємства в цілому. Саме від того, яка застосовується система обліку витрат і залежить в якому звітному періоді певна величина витрат вплине на розміри прибутку [2].

Сучасні підприємства в даний час мають однакові проблеми в галузі управління витратами – це конкуренція, яка має цінової характер; завантаження виробничих потужностей є неповним; знос обладнання, внаслідок чого, зростають витрати на його ремонт; велика частка витрат на сировину та енергоресурси в структурі собівартості.

Система управління витратами має відповідати певним вимогам: мати чітке визначення і деталізацію показників витрат; відповідати ієрархічно організованій системі управлінської звітності, орієнтованої на конкретного користувача; забезпечувати відповідальність за результати управління витратами; мотивувати і орієнтувати на результати управління витратами; забезпечувати виконання процесів планування, обліку, контролю і аналізу витрат на систематичній основі; відповідати адекватної інформаційної системи, що дозволяє отримувати інформацію для цілей управління; регламентувати і стандартизувати процеси управління витратами.

Для подолання вищезазначених проблем в системі управління витратами необхідні додаткові дослідження і розробки. Так як, під управлінням витратами

на підприємствах прийнято розуміти сукупність всіх функцій управління, що гарантують високоефективне використання різних видів ресурсів, які необхідні для ефективної роботи підприємства, то до подібних функцій щодо управління витратами, відносяться:

- формування стратегічних планів розвитку підприємства;
- визначення центрів відповідальності, центрів витрат, центрів прибутку та інвестицій;
- формування та оптимізація графіка документообігу;
- створення системи бюджетування і оперативного планування витрат компанії;
- створення системи мотивації працівників підприємства, спрямованої на виконання планів і бюджетів, скорочення браку у виробництві;
- удосконалення інформаційних систем і автоматизація підприємства [3].

Таким чином, для досягнення істотних покращень в такій складній області, як управління витратами, необхідно проводити зміни у всіх сферах діяльності – людські ресурси, організаційні структури, процеси, системи, процедури – і всі ці зміни повинні бути певним чином взаємопов'язані один з одним. Тільки грамотне управління витратами в сучасних нестабільних економічних умовах і жорсткої конкуренції сприятиме ефективній фінансово-господарській діяльності компанії.

#### **Список використаних джерел:**

1. Гончарова Е. А. Управління витратами та результатами діяльності підприємства : навч. посіб. / Е. А. Гончарова. – СПб. : Изд-во СПбГУЕФ, 2012. – 82 с.
2. Войтоловський Н. В., Морозова В. Д., Танигіна М. В. // Євразійський міжнародний науково-аналітичний журнал «Проблеми сучасної економіки». – 2013. – № 3.
3. Методи обліку і управління витратами підприємства [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://sibac.info/11747>

Мединець Н. Г.

*Національний авіаційний університет (Україна)*

## **ІНВЕСТИЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ В УКРАЇНІ, ЇЇ ПЕРСПЕКТИВИ**

Економічний розвиток України в сучасних умовах залежить від ефективного інвестування, при цьому особливу роль має іноземне інвестування, завдяки якому поєднується інтернаціональна і національна виробничо-торговельна діяльність з фінансовою сферою.

Проблеми надходження інвестицій в економіку України завжди знаходились у центрі уваги тому, що інвестиції значною мірою впливають на процес економічного зростання в цілому та торкаються найглибших її основ.

Україна, в зв'язку з теперішньою ситуацією, потребує значних капіталовкладень. Активність інвестиційного процесу, особливо міжнародного, є одним із надійніших механізмів соціально-економічних перетворень.

Для залучення в Україну міжнародних інвестицій є такі позитивні фактори як вигідне географічне положення країни, курс національної валюти, різноманітний ринок, високо кваліфікаційна та відносно дешева робоча сила.

Але є і несприятливі умови для іноземних інвесторів, які стримують надходження міжнародних інвестицій такі, як незбалансованість економіки нашої держави, недостатньо гнучка податкова система, політична і економічна нестабільність. Тому є необхідність вдосконалення законодавства, яке має забезпечити гарантії захисту іноземних інвестицій нашою державою.

Не зважаючи на всі проблеми за даними «Державної служби статистики обсяг прямих іноземних інвестицій в Україну у вигляді акціонерного капіталу на 1 липня 2016 року склав \$ 44,79 млрд, що на \$ 2,28 млрд, або на 5,4 %, перевищує показник на початок року, повідомила Державна служба статистики» [3].

Загалом іноземні інвестиції спрямовуються своєю більшістю у розвинені сфери економічної діяльності країни.

«Обсяги освоєння капітальних інвестицій підприємств України у січні-червні 2016 року складають 119,8 млрд грн. Для залучення міжнародних інвестицій пріоритетними галузями економіки являються будівництво, промисловість, інформація та комунікація, оптова і роздрібна торгівля, лісове та рибне господарство, поштова та кур'єрська діяльність державне управління та оборона.

Водночас наша держава не стоїть осторонь світових процесів, вона достатньо інтегрована та має свій відголос на зовнішніх ринках і залишається привабливою для міжнародних інвесторів.

Для збільшення надходжень міжнародних інвестицій в Україну являється актуальним питання організаційної та правової бази для підвищення конкурентоспроможності економіки нашої держави та підвищення діяльності механізмів сприятливого інвестиційного клімату.

У цьому напрямі вже створене правове поле де Законодавство України визначає гарантії діяльності для інвесторів, організаційні і економічні засади реалізації державно-приватного партнерства в нашій країні.

На території України інвестори зарубіжних країн у своїй діяльності знаходяться на рівних умовах з вітчизняними.

Метою пошуку кращого дієвого механізму економіки є залучення міжнародних інвестицій в Україну, підтримки більш пріоритетних інвестиційних проектів, збільшення кількості міжнародних інвестицій, покращення інвестиційного клімату в нашій країні, сприяння значно ефективній взаємодії іноземних інвесторів, забезпечення ефективної правової системи» [2].

Проведення Урядом країни економічних та правових реформ значною мірою покращить міжнародний інвестиційний клімат, підвищить імідж України на світовому ринку.

Іноземні інвестиційні ресурси, які будуть залучені в нашу державу дадуть змогу запровадити у виробництво нові технології, збільшити кількість робочих місць, покращити загальний соціально-економічний розвиток України.

**Список використаних джерел:**

1. Закон України «Про інвестиційну діяльність» від 29.06.2010, № 2367-VI.
2. Статистична інформація [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [kiev.ukrstat.gov.ua](http://kiev.ukrstat.gov.ua)
3. Статистична інформація [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [interfax.com.ua](http://interfax.com.ua)

**Мороз Р. С., к. е. н. Хуторської П. О.**

*Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

**ПРОБЛЕМИ ФУНКЦІОНУВАННЯ  
ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ  
В СУЧАСНИХ УМОВАХ**

«Найважливіший етап господарської діяльності підприємства, що завершує процес кругообігу капіталу, – реалізація продукції, товарів, виконаних робіт, послуг. У результаті цього процесу виявляється суспільна корисність виробленого продукту. Було доведено, що від організації обліку реалізації продукції залежить правильне визначення фінансового результату діяльності підприємства» [1].

Функціонування будь-якого підприємства, як системи, складається шляхом органічного об'єднання зусиль щодо взаємодії із зовнішнім середовищем стосовно залучення вхідних ресурсів (сировини, матеріалів) та реалізації виготовленої продукції та формування дієвого внутрішнього механізму функціонування. Причому, зовнішні фактори в останні роки відіграють вкрай важливе значення для стабільності функціонування Українських підприємств. Деякі з них втратили значну частку ринку на території Російської Федерації та на тимчасово окупованих територіях, зокрема в Автономній Республіці Крим та в окремих районах Донецької та Луганської областей.

На сьогодні великі машинобудівні підприємства України зіткнулися з таким питанням, як проблема реалізації власної продукції. Це питання виникає не просто так, адже у зв'язку з військовими діями на Донбасі відбулися значні зміни в механізмі функціонування окремих промислових підприємств, зокрема за межами впливу Української держави опинилась значна кількість інших промислових

підприємств, пов'язаних з першими технологічно. Також ці зміни вплинули на можливості реалізації продукції великих підприємств, зокрема й ПАТ «Дніпропетровський агрегатний завод».

Дане підприємство займається трьома видами економічної діяльності:

–27.11 – Виробництво електродвигунів, генераторів і трансформаторів;

–28.12 – Виробництво гідравлічного та пневматичного устаткування;

–30.30 – Виробництво повітряних і космічних літальних апаратів, супутнього устаткування.

Тобто підприємство виробляє продукцію як для цивільних, так і для військових потреб. Через високу культуру виробництва їхня продукція має високу якість, адже всі деталі виготовлено з високою точністю. З питань виробництва ж для військових потреб ПАТ «ДАЗ», можливо, взагалі єдине підприємство, яке виробляє саме таку продукцію (в даному випадку мова йде про виробництво повітряних і космічних апаратів, супутнього устаткування).

Однак, на сьогодні ПАТ «ДАЗ», маючи такі виробничі можливості, не має можливості реалізувати велику долю своєї продукції і саме через відсутність замовлень: припинення торговельних відносин з Росією, знищення інфраструктури Донбасу, перекриття шляху в Крим тощо. Крім того, незважаючи на те, що підприємство виробляє досить унікальну продукцію, вона не затребувана за кордоном, тобто цей ринок теж не дає перспективи розвитку.

Більш того, великі машинобудівні підприємства, такі як ПАТ «ДАЗ», довго і важко адаптуються до виробництва нових видів продукції, що не дозволяє їм, незважаючи на присутні можливості, коректно розвиватись і адаптуватись до нових умов, змінюючи номенклатуру виробів, що вони виготовляють.

Саме через нездатність адаптуватись до нових умов і неможливість реалізувати продукцію і страждають великі машинобудівні підприємства. Так, наприклад, у 2009 році на ПАТ «ДАЗ» тимчасово почали виплачувати заробітну плату робітникам спеціальними купонами, які можна було реалізувати у продуктивних кіосках на території заводу. Так на виплатах зарплати підприємство зекономило більше ніж 600 тис. грн, переживши кризу нестачі замовлень.



Сьогоднішні проблеми дуже схожі на проблемі того часу: нестача замовників і, як результат, замовлень, неспроможність вдало адаптуватись до умов, що виникли тощо. Як результат, велике, потужне підприємство, яке має потенціал, простоює, його виробничі потужності не використовуються, а приміщення все частіше здають в оренду малим підприємствам.

Таким чином, можна зробити висновок, що в складних швидко змінюваних зовнішніх умовах, великі промислові підприємства з достатньо вузькою спеціалізацією не в змозі швидко переорієнтувати своє виробництво на інші ринки або інші види продукції. Для цього необхідний певний період часу, протягом якого підприємство вимушене нести збитки. В таких умовах, держава, для того, щоб зберегти ключові галузі економіки та науково-виробничий потенціал повинна підтримувати такі підприємства та не допустити їх банкрутства та ліквідації в майбутньому.

#### **Список використаних джерел:**

1. Цебрій М. М. Проблеми обліку готової продукції і її реалізації [Електронний ресурс] / М. М. Цебрій. – Режим доступу : [http://www.rusnauka.com/19\\_AND\\_2013/Economics/7\\_141614.doc.htm](http://www.rusnauka.com/19_AND_2013/Economics/7_141614.doc.htm)
2. Електронний ресурс. – Режим доступу : <http://www.aodaz.com.ua/ru>

**Д. е. н. Нестерчук Ю. О., Новицький І. В.**

*Уманський національний університет садівництва (Україна)*

### **ФАКТОРИ РОЗВИТКУ ІНТЕГРОВАНИХ СТРУКТУР**

#### **В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ**

Сучасний аграрний сектор побудований на принципах рівних можливостей для розвитку різних видів та форм господарювання, як то державні підприємства, приватні корпоративні структури, кооперативи, фермерські та господарства населення. Така багатоукладність забезпечує гнучкість та адаптивність національного й регіонального аграрно-промислового виробництва до мінливих ринкових умов і регіональної специфіки розвитку.

В таких умовах аграрно-промислова інтеграція має об'єктивний характер з огляду на необхідність поступального розвитку та удосконалення технологічної основи функціонування підприємств продуктових вертикалей з врахуванням часових і територіальних особливостей. А сучасні виробничі сили, що перебувають у процесі перманентних технологічних удосконалень, спонукають до акумулювання значних капітальних ресурсів в процесі інтеграції.

В сучасних умовах набули розвитку форми аграрно-промислової інтеграції, які різняться за характером відносин власності та господарських зв'язків, рівнем самостійності учасників, системою управління. Розвиток інтеграційних процесів під впливом комплексу факторів вимагає їх класифікації. Окремі автори обґрунтовують спонукальні мотиви для певних видів інтеграції (горизонтальної, вертикальної, диверсифікованої) [1], для її галузевих учасників (сільськогосподарських, переробних підприємств) [2], або для специфічних видів інтегрованих формувань (агрохолдинги) [3]. Проте інтенсивність інтеграційних процесів та їх характер залежать від поєднання факторів на усіх рівнях – державному, регіональному, підприємств (рис. 1).

Процес формування та розвитку інтегрованих структур передбачає розробку адаптаційного механізму до впливу зовнішніх факторів, що носить об'єктивний характер та не залежить від діяльності суб'єктів господарювання.

Можливість, здатність та готовність підприємств аграрно-промислового виробництва до участі в інтеграційних процесах виникають у рамкових умовах, створених під впливом факторів макrorівня, у складі яких необхідно виділити розвиток ринкового та антимонопольного законодавства, фіскальну, кредитну, експортно-імпорتنу політику, рівень, напрями та засоби державної підтримки.

Регіональний рівень розвитку інтеграційних процесів регламентується рівнем розвитку регіонального агропродовольчого ринку, сектору комплементарних трансакційних інституцій, надійністю та характером контрактних зв'язків по продуктивій вертикалі, рівнем підтримки інтеграційних процесів на регіональному рівні. Ці фактори формуються частково за участі суб'єктів господарювання аграрного сектору.



**Рис. 1. Ієрархічна система факторів розвитку інтеграційних процесів в аграрно-промисловому виробництві**

Внутрішньогосподарські регульовані фактори об'єднують виробничі, економічні та фінансові умови учасників інтеграційних процесів та створених на їх основі аграрно-промислових формувань. При цьому перші є спонукальними мотивами та визначальними умовами входження суб'єктів господарювання до

інтегрованих структур. Другі формують параметри інтегрованого розвитку аграрно-промислового формування.

Доцільність комплексного аналізу впливу факторів на розвиток інтеграційних процесів у межах продуктових підкомплексів аграрно-промислового виробництва підтверджується їх сукупним впливом на усіх рівнях. Результатом такого впливу є налагодження інтеграційних зв'язків та активізація створення інтегрованих структур певних типів. Тому стимулювання або гальмування інтеграційних взаємодій, як правило, є наслідком посилення впливу окремих факторів у результаті зміни векторів державної економічної політики на макро-, мезо- та галузевому рівні.

**Список використаних джерел:**

1. Капталан С. М. Теоретичні проблеми інтеграції в агропромисловому комплексі / С. М. Капталан // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2016. – Вип. 12. – С. 259–264.
2. Скопенко Н. С. Сучасні тенденції кооперації та інтеграції в АПК / Н. С. Скопенко // Проблеми підвищення ефективності інфраструктури : зб. наук. праць. – К. : НАУ, 2010. – Вип. 25. – С. 179–184.
3. Олійник О. О. Соціально-економічна природа становлення і розвитку агрохолдингів / О. О. Олійник // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. – 2012. – № 3 (19). – С. 106–109.

**Ольховський К. Е., к. е. н. Хуторської П. О.**

*Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

**НАПРЯМИ ЗНИЖЕННЯ ВИТРАТ НА ПІДПРИЄМСТВІ  
В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ**

В нинішніх умовах ринкових відносин в нашій країні для забезпечення конкурентоспроможності господарюючих суб'єктів на ринку, товар має реалізовуватися для покупця за оптимальною ціною. Так, чим довше товар існує на ринку, тим більша кількість конкурентів у нього з'являється, через це для забезпечення

запланованого обсягу реалізації та конкурентних переваг товару, його ціна з часом має знижуватися. Загальновідомо, що основою ціни на товар є середні витрати на його виробництво та реалізацію. Так, ставлячи за мету виявлення можливостей отримання запланованого розміру прибутку та підвищення ефективності діяльності господарюючого суб'єкта в цілому керівники підприємств повинні вміти виявляти, насамперед, можливості зниження витрат.

Ефективність роботи господарюючого суб'єкта багато в чому залежить від ступеня його економічної самостійності, що, насамперед, визначається його конкурентоспроможністю та стабільністю на ринку. Так, кожне підприємство має розробляти та реалізовувати управлінські рішення, які сприяють отриманню максимального розміру прибутку. Нині принцип максимізації прибутку може бути реалізований лише за умови пропорційного використання наявних у господарюючого суб'єкта ресурсів, для цього необхідно чітко визначити структуру витрат та відслідковувати їх зміну у часі, що дозволить впровадити у діяльність підприємства комплекс заходів, що спрямовані на зниження витрат та максимізації прибутку.

Вагомий внесок у дослідження питань зниження витрат здійснили такі науковці, як: О. С. Іванілов, С. Ф. Голов, М. Г. Грещак [1], І. Є. Давидович, В. А. Сідун, Ю. В. Пономарьова, Л. Г. Цимбалюк [3], А. В. Шегда та ін.

Нині є велика кількість визначень поняття «витрати», кожне з яких характеризує певні аспекти господарської діяльності підприємства. На нашу думку, під витратами будемо розуміти обсяг спожитих матеріальних, фінансових, трудових ресурсів, які необхідні для здійснення господарської діяльності, що направлена на отримання максимального прибутку.

«Для ефективного зниження витрат господарюючого суб'єкта необхідне дотримання суворого режиму економії на всіх ділянках його виробничо-господарської діяльності. Так, провадження на підприємствах режиму економії проявляється перш за все у зменшенні затрат матеріальних ресурсів на одиницю продукції, зменшенні витрат по обслуговуванню виробництва та управління тощо» [1].

«Витрати виробничої діяльності знаходяться у постійному взаємозв'язку з прибутком, рентабельністю, показниками витрат на 1 грн чистого доходу від реалізації продукції, через це отримання максимального ефекту з найменшими витратами, економія трудових, матеріальних та фінансових ресурсів залежать від того, як вирішуються питання зниження витрат виробництва господарюючих суб'єктів» [3].

Так, ефективним напрямом зниження витрат є дотримання принципів ефективного розміщення продуктивних сил: скорочення відстані між виробником та споживачем, між виробництвом та сировинною базою. Також важливим напрямом зниження витрат господарюючого суб'єкта є дотримання загальноекономічних принципів та законів, що, у свою чергу, не буде призводити до погіршення кінцевого продукту та у подальшому дасть можливість виробникам збільшити кількість своїх покупців та отримати додаткові обсяги прибутків, за умов постійного зниження витрат господарюючих суб'єктів суттєво покращуються показники ефективності їх діяльності.

Загальновідомо, що вплив підприємства на елементи виробничих витрат є обмеженим, проте можливим та дієвим є процес управління показниками витрат на оплату праці, структуру та джерела її виплати; вартості основних виробничих фондів, що є у власності підприємства, їх структуру та джерела формування, тобто це ті показники, до яких застосовуються встановлені нормативи відрахувань та які регульованими [2].

Отже, виявлення резервів зниження витрат на підприємствах має, насамперед, спиратися на комплексний техніко-економічний аналіз його роботи, а саме: вивчення технічного та організаційного рівня виробництва, використання основних виробничих фондів, які є у власності підприємства, сировини, матеріалів, робочої сили, а також всіх складових собівартості продукції господарюючого суб'єкта.

Таким чином, основним та головним резервом зниження витрат господарюючих суб'єктів є скорочення матеріальних витрат. Удосконалення механізму управління витратами ефективно тільки на основі використання комплексного

та системного підходу. Способи та засоби скорочення витрат виробництва та зниження на цій основі собівартості продукції є однією з основних умов зростання прибутку, підвищення рентабельності та ефективності роботи господарюючих суб'єктів.

#### Список використаних джерел:

1. Грещак М. Г. Управління витратами : навч.-метод. посіб. для самост. вивч. дисц. / М. Г. Грещак, О. С. Коцюба. – К. : КНЕУ, 2002. – 131 с.
2. Панченкова Ю. В. Економічна суть витрат основної діяльності промислового підприємства / Ю. В. Панченкова, С. І. Головацька // Галицький економічний вісник. – 2010. – № 1(26). – С. 282.
3. Цимбалюк Л. Г. Формування та управління витратами виробництва / Л. Г. Цимбалюк, Н. П. Скригун, Л. І. Антошкіна. – Донецьк : Юго-Восток, 2009. – 240 с.
4. Гринько Т. В. Обґрунтування стратегії зниження витрат підприємства / Т. В. Гринько // Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії : зб. наук. праць. – Запоріжжя : ЗДІА, 2013. – С. 131–135.

#### Паращенко К. О.

*Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

### **КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА ТА ІМІДЖ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЙОГО ДІЯЛЬНОСТІ**

У ці часи дедалі більше перед нами постає поняття корпоративної культури. Корпоративна культура вже встигла стати невід'ємною частиною життя організацій, фірм та компаній різних форм власності та галузей діяльності. Нещодавно це було лише новомодне словосполучення для більшості підприємств. Сьогодні ж термін «корпоративна культура» набула набагато більшого значення як для компаній та їх співробітників, так і для споживачів. За останніми дослідження у цьому питанні видно, що продуктивність та результативність компанії, насамперед, пов'язують саме з корпоративною культурою.

«Корпоративна культура» – сукупність поведінок, символів, ритуалів та міфів, які відповідають цінностям підприємства та його керівника, які розділяє та приймає колектив, та передаються кожному членові в якості життєвого

досвіду [2, с. 250]. Кожен робітник – окремий індивід зі своїми поглядами. Саме організаційна культура створює єдину команду, де кожен її учасник пронизаний з верху до низу традиціями, звичаями, пріоритетами та цілями; чітко усвідомлює своє місце, завдання, функції та значущість у досягненні спільної мети. Відповідно до цього завдання керівник має сформувати соціально-психологічні умови для створення єдності, взаємодії та партнерства в колективі.

Організаційна культура має однакове зовнішнє оформлення: корпоративна символіка, стиль, звичаї компанії. Проте є фактори, що впливають на формування та функціонування певного стилю культури на підприємстві: культура певного народу, принципи та звичаї керівника, зміст місії підприємства, його будова та масштаби, співробітники та зовнішнє середовище.

Корпоративна культура пов'язана також з нематеріальними складовими, що впливають на неї та на діяльність підприємства. Одним з таких факторів є імідж, що відіграє ключову роль у її успішному розвитку та процвітанні.

Імідж корпорації виступає як медаль, одна сторона якої – внутрішній образ компанії, інша – зовнішній, що призначений для партнерів, конкурентів, споживачів. Поняття іміджу організації можна роздивлятися як систему образів (уявлень) та оцінок, що існує у свідомості людей, об'єктом якої вона є; сприяє лояльності (прихильності, симпатії) клієнтів до фірми. Основна мета – зовнішній образ організації, тому що від цього залежить її успіх у конкурентному середовищі.

У час економічної та політичної нестабільності саме він (імідж) може рухати підприємство далі, розвивати його, надихати на створення нової продукції, впровадження інновацій. Тому що завдяки ньому створюється образ фірми у свідомості споживачів під впливом різних контактів з компанією: спілкування зі співробітниками (якого стилю комунікації дотримується працівник, як він виглядає, який в нього настрій), безпосереднє придбання товарів та послуг. За обслуговування клієнтів, образ та мислення робітників як раз відповідає створюваній на підприємстві організаційній культурі.



Імідж має такі властивості: невідчутність (нематеріальність – не можемо його побачити або доторкнутися до нього), нездатність бути постійним (один і той же рівень не може зберігатися на довгий період часу в одних і тих самих споживачів), неможливість оцінки ступеню лояльності клієнтів до початку продажу товарів або надання послуг. Тобто імідж у більшості своїй залежить від психоемоційного стану, сприйняття користувача в час споживання кінцевого результату виробництва фірми. Отже, перед підприємствами сучасного світу постає дуже важливі задачі:

1) створити прийнятну корпоративну культуру з такими цінностями, за якими чітко прямували та яких дотримувались співробітники; зробити умови, які цьому б сприяли;

2) сформувати позитивний імідж компанії, який, у свою чергу, вивів би фірму на вищий щабель у конкурентній боротьбі, якщо він необхідний;

3) розробити методи та стратегію боротьби за лояльність клієнтів, що створило б коло постійних споживачів (прихильників). Наслідком цього може очікуватися підвищення ефективності, рентабельності та прибутковості підприємства.

Отже, корпоративна культура та імідж підприємства являють собою тандем, що виводить фірму на новий рівень, підвищує показники організації, що впливають на кінцеву мету діяльності підприємства. Факторами конкурентоспроможності корпорацій, вважають, ціну, якість, рівень обслуговування та імідж. Останнє є найбільш непередбачуваним моментом у функціонуванні, роботі компанії, тому що це крихке явище: достатньо хоча б один раз спробувати неякісний товар чи послугу або зіштовхнутися з некоректною поведінкою співробітника фірми, як миттєво репутація підприємства падає в очах споживача. Тому необхідно приділяти цим чинниками достатньо уваги та належним чином їх виправляти або модифікувати.

#### Список використаних джерел:

1. Грішнова О. А. Корпоративна культура та стратегія підприємства: взаємозв'язок та взаємобумовленість / О. А. Грішнова, О. М. Голяка // Формування ринкової економіки : зб. наук. пр. – К. : КНЕУ, 2007. – Т. 2, Ч. I. – С. 186.

2. Шейн Э. Х. Организационная культура и лидерство / Э. Х. Шейн ; пер. с англ. под ред. В. А. Спивака. – СПб. : Питер, 2002. – 336 с.
3. Grynko T. V. Organizational culture and a factoring the competitiveness of tourism and hotel enterprises / T. V. Grynko, O. P. Krupskiy, I. V. Timar // National Economic Reform: experience of Poland and prospects for Ukraine : collective monograph. – Poland : Izdevnieciba “Baltija Publishing», 2016. – Vol. 3. – P. 252–270.
4. Michon C. La dynamisation sociale / C. Michon, P. Stern. – P. : Ed. D’organisation, 1985.

**Рудих Р. М., к. держ. упр. Величко Л. А.**

*Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара*

**РОЗРОБКА СИСТЕМИ СТИМУЛЮВАННЯ  
«ПРОБЛЕМНОГО ПОЛЯ» ПІДПРИЄМСТВА**

Розробка конкретних критеріїв, видів і розмірів «плаваючих» виплат є складним методичним завданням, вирішення якого повинне здійснюватися в контексті стратегії розвитку підприємства і виходячи з аналізу його стану.

Першим етапом в побудові преміальної винагороди є визначення цілей підприємства і презентація їх працівникам. На другому етапі для оцінки результатів роботи співробітників і підприємства в цілому визначається набір критеріїв, за якими ця оцінка буде проводитися. При цьому в якості оцінки виділяють два види критеріїв: змінна і показник. Змінна – більш загальна характеристика результатів роботи, що відповідає рівню стратегічних цілей підприємства, наприклад продуктивність праці, якість продукції або послуг, задоволеність клієнтів продукцією підприємства. Показник – більш вузька характеристика, відповідна оперативному рівню планування, за допомогою якої вимірюються змінні. Наприклад, змінна «якість продукції» може бути виміряна за допомогою таких показників, як відсоток браку.

Третій етап побудови системи преміювання – розробка формули стимулювання, що є ядром всієї системи «змінної» оплати праці [1, с. 115]. Саме формула визначає характер і ступінь змін результатів діяльності співробітників підприємства, які призведуть до отримання ними додаткової винагороди, тим самим, діючи на їх поведінку в потрібному для підприємства напрямку.

Головною метою підприємства на етапі його розвитку є випуск конкуренто-спроможної продукції. У зв'язку з цим перед підприємством в умовах жорсткої цінової конкуренції і фінансових труднощів ставляться наступні завдання: збільшення обсягів виробництва рентабельної продукції, поліпшення якості вже освоєних виробів під вимоги різних споживачів, а також якості поставлених напівфабрикатів, зниження фактичної собівартості продукції.

Розглянемо формулу, спрямовану на скорочення витрат. Основне питання при її розробці – види витрат, які вона включатиме. По-перше, на ці витрати повинні впливати співробітники підприємства. По-друге, використання абсолютних величин витрат в якості бази для розрахунку преміальних виплат може бути не завжди доцільне. Наприклад, при зростанні обсягів виробництва і продажу витрати також ростуть, а премії відповідно скорочуються, і навпаки. У зв'язку з цим поряд з абсолютними показниками витрат необхідно використовувати і ряд інших показників оцінки: частка витрат у виручці від реалізації продукції, внутрішня вартість продукції, нормативні витрати виробництва і т. д. Вимірювання кожного виду витрат окремо зробить формулу більш зрозумілою для працівників, а значить і більш ефективною [3, с. 155].

Іншим варіантом застосування формули може бути виплата винагороди за скорочення фактичних витрат у порівнянні з плановим рівнем. Але і в тому, і в іншому випадку концентрація уваги на витратах може зашкодити якості продукції або обслуговування клієнтів. Тому необхідно включити в формулу і інші додаткові показники при збереженні головного акценту на зниженні витрат. Для спрощення розрахунків винагороди можна застосувати графік виплат, в якому працівникам заздалегідь відомі величина виплат і необхідний рівень продуктивності. Графік виплат має велику кількість рівнів продуктивності, кожному з яких відповідає певний рівень винагороди.

Оплата по досягненню цілей передбачає виплату певної, заздалегідь відомої винагороди при досягненні персоналом заздалегідь визначених цілей. В цьому випадку працівники підприємства точно знають, яку премію вони отримають

і за що. У зв'язку з цим зростає оцінка вкладу кожного працівника і усувається суб'єктивізм при їх стимулюванні. Цільовий показник в даній схемі встановлюється для кожної змінної. Якщо цільовий показник у звітному періоді виконується, працівники отримують фіксовану винагороду незалежно від результатів інших змінних, якщо немає – по даній змінній винагорода не виплачується. При цьому розмір конкретної винагороди визначається з урахуванням отриманого підприємством цільового показника економічного ефекту. Даний вид стимулювання дозволяє сфокусувати увагу працівників на широкому спектрі важливих для підприємства результатів: якості, витратах, безпеці праці та ін.

Оплата після досягнення цілей дасть можливість безпосередньо інтегрувати систему оплати праці в стратегічне планування. Цілі, закладені в бізнес-план стануть основою системи оплати праці підприємства. З іншого боку, оплата після досягнення цілей може зустріти значний опір з боку працівників, якщо, на їхню думку, цілі встановлені на недосяжно високому рівні. Ця проблема досить ефективно вирішується шляхом залучення співробітників до процесу визначення цілей [2, с. 28].

У разі досягнення поставлених цілей у працівників може бути відсутня мотивація до подальшого зростання. Якщо цілі встановлені на недостатньо високому рівні, працівник після їх швидкого досягнення виявиться деморалізованим. Усунути цю проблему можна введенням декількох цільових рівнів для кожного показника.

#### **Список використаних джерел:**

1. Катков В. М. Процеси мотивації і стимулювання праці на промислових підприємствах: навч. посіб. / В. М. Катков. – К. : КНЕУ. – 2010. – 115 с.
2. Козлов О. С. Розробка ефективних формул стимулювання персоналу : навч. посіб. / О. С. Козлов. – К. : Книжковий світ, 2011. – 28 с.
3. Павленко А. П. Організація нормування праці на підприємствах в сучасних умовах : навч. посіб. / А. П. Павленко. – К. : Справа, 2011. – 155 с.
4. Гринько Т. В. Опір персоналу щодо впровадження організаційних змін на підприємстві / Т. В. Гринько, Т. З. Гвініашвілі // Economics, management, law: socio-economic aspects of development: Collection of scientific articles. – Italy, Roma : Edizioni Magi, 2016. – P. 142–144.

Руттер В. Ю., к. е. н. Хуторський П. О.

*Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

## **ПОНЯТТЯ ТА СУТНІСТЬ ТРУДОВИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВА**

Одним з найважливіших елементів виробництва та реалізації продукції, функцій діяльності підприємства, основною з яких є управління підприємством, є його трудові ресурси. Це пояснюється швидкими темпами розвитку відносин у виробничій системі підприємства та на ринку. Ефективна робота підприємства неможлива без вибору цілей, визначення потреб організації і раціонального розподілу трудових ресурсів. Відповідно до цього, поняття «трудові ресурси підприємства» слід розглядати з позицій його сутнісної характеристики.

Перехід економіки України до ринкових відносин викликав необхідність переосмислення та уточнення основних категорій теорії трудових відносин, таких як ресурси і потенціал, робоча сила, серед яких провідне місце належить категорії «трудові ресурси». Характерно, що деякі економісти вважали, що з переходом на ринкові відносини категорія «трудові ресурси» може втратити своє колишнє значення, але інтерес економістів до використання цієї категорії в практичній діяльності тільки зростає. Вона використовується не тільки стосовно частини населення, що має певний комплекс здібностей, але і як ресурс (фактор) виробництва продукції на підприємстві.

Необхідно відзначити, що в наукових працях «трудові ресурси» помилково сприймають за трудовий або кадровий потенціал, що є не цілком вірно. На думку П. Є. Шлендера і Ю. П. Кокіна «трудові ресурси» представляють собою категорію, що посідає проміжне становище між такими поняттями як «трудовий потенціал» і «сукупна робоча сила». В їх монографіях «трудові ресурси – це працездатне населення, що має фізичні або інтелектуальні здібності, та з їх допомогою може надавати послуги, здійснювати роботи і виготовляти блага. До попередніх визначень Г. Д. Кулагіна додає, що при виділенні «носіїв трудового потенціалу – трудові ресурси або економічне населення, є дискусійним» [1].

З цих, та інших, визначень, що зустрічаються в наукових працях, можна сказати, що поняття трудового потенціалу відображає як кількісні, так і якісні їх характеристики, які під впливом багатьох чинників змінюються. З розвитком ринкової економіки якісна характеристика трудових ресурсів стала сприйматися в контексті рівня зайнятості, професійної освіти, відповідності професійним і кваліфікаційним характеристикам трудових ресурсів, потребам їх використання. Рівень використання і розвитку трудових ресурсів визначається його відтворенням і якістю організації.

Найкращим, на нашу думку, виявився підхід, в якому не розділялася позиція як ототожнення, так і заміщення понять «трудові ресурси» і «робоча сила». Переважним була думка, що робоча сила як економічна категорія має певний якісний зміст, що це всього лише здатність створювати матеріальні блага та послуги, її неможливо виміряти, оскільки вона позбавлена кількісних і демографічних рамок. Так, Є. В. Касимовський і П. П. Литвяков вважають, що «трудові ресурси – це чисельність можливої і діючої робочої сили, яка визначається кількісними і демографічними показниками і тільки через цю категорію можна дати всебічний аналіз працівників» [2]. Є. В. Касимовський цей термін пов'язував з рівнем розвитку продуктивних сил, в результаті чого, трудові ресурси він став визначати «як частину працездатного населення, як зайнятого, так і такого, що знаходиться в резерві, кількісні та демографічні рамки якого залежать від суспільної форми виробництва і його рівня» [3].

Виходячи з перерахованих вище визначень, слід відмітити, що «трудові ресурси підприємства» як економічна категорія відображає всю систему економічних, соціальних і міжособистісних відносин, які мають місце на підприємстві в умовах ринку. Зміст поняття виражається кількісними і якісними характеристиками. Кількісними показниками визначається ступінь розвитку і застосування трудових ресурсів, а якісними характеристиками – рівень професійної освіти і відповідність професійним і кваліфікаційним характеристикам трудових ресурсів, потребам їх використання. Разом з визначенням «трудових ресурсів підприємства»

велика кількість економістів пропонує і таку категорію як «робоча сила», «трудоий потенціал», «кадри», «персонал», «людський капітал» та інші. В основному ці визначення розкривають якусь одну зі сторін потенційних можливостей або основну складову цих понять – людину, і не завжди мають наукове обґрунтування.

Трудові ресурси та їх формування є способом ефективного використання засобів виробництва, а значить, і можливістю підвищення рівня комплексного розвитку, зростання продуктивності праці та конкурентоспроможності підприємства. Від якості трудових ресурсів залежить ефективність їх використання. Використання потенціалу та трудових ресурсів є показником якості попередніх стадій його формування, тобто здійснення функції підготовки необхідних професій та спеціальностей частини трудових ресурсів суспільства, оволодіння кадрами необхідними знаннями та навичками для виконання визначеного виду праці.

#### **Список використаних джерел:**

1. Кулагина Г. Д. Макроэкономическая статистика / Г. Д. Кулагина. – М. : МЭСИ, 2013. – С. 154.
2. Литвяков П. П. Научные основы использования трудовых ресурсов / П. П. Литвяков. – М. : Мысль, 2012. – С. 176.
3. Касимовский Е. В. Трудовые ресурсы: формирование и использование / Е. В. Касимовский. – М. : Экономика, 2010. – С. 243.
4. Макконел К. Р. Экономика: принципы, проблемы и политика / К. Р. Макконел, С. Л. Брю. – М. : Дело, 2011.

**Самойлова Д. О., Курінна І. Г.**

*Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

### **АНАЛІЗ ПРИБУТКУ ФІРМИ ТА ОСНОВНИХ ФАКТОРІВ, ЩО ЙОГО ВИЗНАЧАЮТЬ**

Прибуток є важливою складовою як домогосподарства так і підприємства. Прибуток є одним з джерел формування бюджету держави. Загалом виокремлено декілька рис прибутку в умовах ринку: прибуток виступає рушійною силою для розвитку в економіці, прибуток виступає джерелом розширення суспільного виробництва, посилення національного багатства, прагнення здобути прибуток

сприяє ефективному розподілові та вживанню ресурсів, скороченню витрат для максимізації отримання прибутку.

Сьогодні в економічних підручниках прибуток аналізується, як дохід від користування факторів виробництва, в тому числі, як плата за ризик, неясність наслідків підприємницької діяльності. Але все одно визначень суті прибутку доносить багато, тому важко відокремлювати найбільш правильне. Наприклад, політична економія марксистів визначає прибуток як перероблену форму додаткової вартості від неоплаченої праці найманих працівників, а сучасні закордонні теорії трактують його як подяку чи відшкодування за небезпеку у діяльності підприємства, а ще як виробництво додаткового продукту.

Це свідчить про те, що теоретичне трактування прибутку багато в чому залежить від позицій вчених, положень нормативно-правової бази певного періоду чи держави. Тож, загалом, прибуток як економічну категорію умовно можна розглядати з двох боків. З кількісного боку – прибуток є приростом власного капіталу, який вищий за витрати. З якісного – це економічний вид додаткового прибутку, який з'являється за умов використання людського ресурсу [2].

Усі ці тлумачення терміну прибутку з різних точок зору є вірними, проте існує низка факторів, які безпосередньо впливають на остаточний результат фінансової та економічної діяльності. Саме тому для високих результатів обстежуються та враховуються всі чинники, які мають вплив на збільшення або зменшення прибутку.

Тож, факторами, що впливають на роботу суб'єкта господарювання найчастіше бувають: пошук дієвих методів поєднання ресурсів; освоєння нового ринку; введення у виробництво нових технологій; пошук іншої сировини; вироблення нових продуктів; нововведення організаційного управління; поле дії суб'єкту господарювання; рівень організації діяльності фінансів підприємства; галузь економіки. Саме через реалізацію цих цілей, які безпосередньо мають вплив на розвиток підприємства, досягається незмінність та розвиток суб'єкта



господарювання, що надалі веде до стабільності, охоплення вже нових ринків збуту та вихід на ринок як монополістичної організації [1].

Важливим є те, що показники прибутку не зображують ступеню ефективності господарювання, тому що сума доходу може зростати навіть при неповному користуванні матеріальних, трудових та фінансових ресурсів. Тому часто використовують показники, які окреслюють економічну ефективність, тобто показники рентабельності [3]. Вони існують коли фірма шляхом реалізації товарів чи послуг відшкодовує всі витрати на виробництво й отримує прибуток як найголовніше джерело для розширення виробництва.

Показники рентабельності загалом розраховують на підставі звіту про результати фінансів виробництва. Такий аналіз дає змогу визначити ефективність вкладення коштів у підприємство та доцільність їхнього застосування.

Коефіцієнти показника рентабельності представляють систему показників, які визначають можливість виробництва винаходити потрібний дохід в процесі своєї дії. Вони окреслюють суцільну результативність використовуваних активів, що реалізується підприємством, і вкладеного капіталу.

Головним чином, всі витрати, продаж товарів чи послуг у різних фірм це шлях до прибутку. Ціль, що поставлена перед суб'єктом господарювання повинна вплинути на розвиток підприємства. Досягнення у розвитку викликає стабілізацію, ефективність, а також збільшення доходів, які матимуть великий вплив на майбутній розвиток підприємства.

Дохід для діяльності господарства є найголовнішим досягненням. Також, він є головним джерелом забезпечення внутрішніх потреб фірм, а також діє на творення дохідної бази бюджетних, позабюджетних та благодійних фондів. Тому, безсумнівно, всі суб'єкти господарської діяльності зосередженні на зростанні розмірів прибутку до певних фондів для подальшого використання та поліпшення виробничого процесу, а також підвищення кваліфікації робітників.

#### **Список використаних джерел:**

1. Попрозман О. І. Фактори формування прибутку підприємства та їхня роль / О. І. Попрозман // Формування ринкових відносин в Україні. – 2014. – № 6. – С. 133.

2. Фінанси підприємств : підруч. / Поддєрьогін А. М., Білик М. Д., Буряк Л. Д. та ін. ; наук. ред. А. М. Поддєрьогін. – 8-ме вид., перер. та доп. – К. : КНЕУ, 2015. – 70 с.
3. Проскура К. П. Шляхи удосконалення планування прибутку підприємства / К. П. Проскура // Актуальні проблеми економіки. – 2013. – № 5. – С. 117.

**К. е. н. Севастьянов Р. В.**

*Запорізька державна інженерна академія (Україна)*

## **ПРОБЛЕМИ ОЦІНКИ СИНЕРГЕТИЧНОГО ЕФЕКТУ ЕНЕРГОЗБЕРЕЖЕННЯ**

Для національної економіки на сучасному етапі важливим є досягнення диверсифікації, забезпечення відходу від сировинної спрямованості промислової та збільшення виробництва продукції з високо доданою вартістю. Актуальним є дослідження прояву синергетичного ефекту від впровадження енергозберігаючих заходів на підприємствах України та виявлення кумулятивного ефекту зниження витрат.

Проблеми енергозбереження розглядалися такими науковцями як В. В. Бєвз, В. В. Джеждула, К. І. Докуніна, К. Гілінгхем, Р. Ніл, К. Палмер, О. Ю. Єрмаков, В. О. Бараннік [1–4]. Проте проблеми оцінки синергетичного ефекту від впровадження енергозберігаючих технологій є недостатньо дослідженим у науковій літературі. Саме цей факт вказує на актуальність даної публікації. Узагальнено поняття «енергозбереження» можна трактувати як системне використання різного роду заходів для скорочення рівня споживання енергії.

Основною проблемою національної промисловості є слабка конкурентоспроможність продукції. Це зумовлено досить високими витратами виробництва, низькою якістю продукції та відносно невеликою кількістю впроваджених інновацій. До того ж, все це супроводжується переважанням в структурі промисловості підприємств з невеликою часткою доданої вартості.

Український уряд поставив пріоритетним завданням забезпечення енергетичної безпеки та переходу до енергоефективного використання та споживання

енергоресурсів за допомогою впровадженням інноваційних технологій. Однією з цілей у цьому напрямку є зниження енергоємності ВВП на 20 % до 2020 року. Тобто, забезпечити показник енергоємності ВВП України у розмірі 0,2 т нафтового еквіваленту на 1000 доларів США [5]. Але обсяг абсолютних витрат на енергоресурси не в змозі повною мірою відобразити потенціал енергозбереження економіки України. Для цього необхідно врахувати синергетичний ефект зниження енергомісткості виробництва в багатостадійних виробництвах та бізнес-процесах.

Енерговитрати вітчизняних металургійних підприємств значно перевищують аналогічні витрати іноземних виробників починаючи з перших переділів. Енергоємність виробництва українського чавуну на 30 % вища порівняно з світовими лідерами у його виробництві [6].

Енергоємні галузі, такі як металургійна, хімічна та сільське господарство займають досить велику питому вагу у загальній енергоємності ВВП країни.

Скорочення енергетичних витрат на початковому етапі виробництва дозволить зменшити аналогічні витрати кінцевої промислової продукції з мультиплікатором, котрий зростає в залежності від кількості задіяних підприємств.

Синергетичний ефект енергозбереження істотно залежить від ступеню переробки первинних матеріалів. За рахунок такої залежності, підвищується ефективність енергозбереження високотехнологічних виробництв з високою доданою вартістю, порівняно з сировинними виробництвами.

Лише системний зв'язок галузей економіки забезпечує ефект ланцюгової реакції, котрий поширюється на всі підприємства, забезпечуючи синергетичний ефект зниження цін в економіці. В цій взаємодії може виникати синергетична взаємодія зростання споживання в національній економіці. Адже зниження цін, відповідно до основних економічних законів, підвищує попит на товари та послуги, а саме зростання попиту є джерелом росту доходу підприємства. Таким чином, можна стверджувати, що заходи з енергозбереження виходячи за межі підприємств, виступають мультиплікатором ефективності економіки, але за умови їх масового впровадження, коли вони здатні приводити до зниження ринкових цін.

**Список використаних джерел:**

1. Бевз В. В. Розвиток механізму енергозбереження на підприємствах харчової промисловості. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ir.kneu.edu.ua:8080/bitstream/2010/2079/1/bevz.pdf>
2. Єрмаков О. Ю. Інновації енергозбереження у сільському господарстві / О. Ю. Єрмаков // Вісник аграрної науки Причорномор'я. – 2008. – № 4 (47). – С. 26–32.
3. Kenneth Gillingham & Richard G. Newell & Karen Palmer «Energy Efficiency Economics and Policy» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.nber.org/papers/w15031.pdf>
4. Бараннік В. О. Енергоємність ВВП держави: історичні паралелі та уроки для України [Електронний ресурс]/ В. О. Бараннік // Стратегічні пріоритети. – 2015. – № 1 (34). – Режим доступу : <http://sp.niss.gov.ua/content/articles/files/19-1436780463.pdf>
5. Про Національний план дій з відновлюваної енергетики на період до 2020 року. Кабінет Міністрів України ; Розпорядження, План, Заходи від 01.10.2014 № 902-р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/902-2014-p/page>
6. Аналітична записка «Щодо напрямів реформування металургійної галузі України» [Електронний ресурс] / Національний інститут стратегічних досліджень. – Режим доступу : <http://www.niss.gov.ua/articles/435>

**Д. ф.-м. н. Смирнов С. О.**

*Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

**ОСОБЛИВОСТІ ПОБУДОВИ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ  
ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА**

Становлення і розвиток ринкових відносин в Україні докорінним чином змінили для підприємств економічні умови функціонування. В умовах швидко і непередбачувано мінливого ринкового середовища перед господарюючими суб'єктами гостро постають проблеми забезпечення життєздатності і пошуку джерел підтримання власної конкурентоспроможності. Аналіз показує, що ключовим напрямом адаптації промислових підприємств до мінливого ринкового середовища і утримання конкурентних переваг є формування ефективної системи стратегічного управління витратами. В сучасних умовах побудова такої системи, що забезпечує зниження собівартості реалізації промислових проектів, є ключовою проблемою підприємств практично усіх галузей.

Технологічні особливості промислового виробництва, а саме те, що в процесі виробництва відбувається зміна складу, структури і властивостей матеріалів,

використовуваних для виробництва продукції, дають можливість стверджувати наступне: при побудові системи управління витратами (СУВ) підприємств галузі доцільно починати з представлення її основи (процесу) у вигляді «чорного ящика». При цьому СУВ промислового підприємства має будуватися на процесному способі відображення систем, де на відміну від об'єктного кожному входу відповідає вихід, а його елементи постійні. Це дозволяє будувати типові функціонально-структурні моделі, що відіграють роль об'єктивного стандарту для широкого класу систем і проводити типізацію функцій. Також процесне представлення систем, прийняте в системному аналізі, є умовою чіткого поділу і взаємоув'язки в них функцій і методів.

СУВ на основі «чорного ящика» можна представити у вигляді наступного процесу, що в кінцевому підсумку дозволяє побудувати систему, яка володіє прогностичними властивостями. На нашу думку, в основних елементах СУВ підприємства крім технології слід виділити соціально-економічну діяльність людей, пов'язану з виробництвом, у вхідних – вводиться амортизація людського капіталу, у вихідних – доходи від людського капіталу, а також поділ останніх на постійні і змінні.

На заміну природній складовій в новому інформаційному суспільстві приходять інтелектуальна складова, пов'язана з розвитком науки, освіти, сучасних інформаційних технологій, збільшенням частки наукомісткого сектора економіки. При цьому технічна основа виробництва визначає СУВ промислового підприємства, а людський капітал наряду з метою організації відіграє інтегруючу роль. Виходячи з цього підходу, сучасних визначень витрат в бухгалтерському обліку і поелементної класифікації витрат, в основі СУВ лежить модель, яка складається з п'яти блоків елементів, основними з яких є вхідний, вихідний і основний. Причому, останній включає технологію і соціально-економічну діяльність людей, пов'язану з виробництвом. У кожного механізму має бути обмеження. Також в такій системі повинен обов'язково існувати механізм (процес) з коригування елементів системи – зворотний зв'язок.

Всі контрольовані елементи взаємопов'язані між собою і впливають один на одного і на всю організацію в цілому. Більше того, треба відзначити, що кожному вхідному елементу обов'язково відповідає вихідний. Приймаючи рішення про вкладення коштів сучасному керівнику, власнику слід продумати, в якій пропорції вкладати в основний і людський капітал – елементи СУВ підприємства, націлюючись не лише на короткострокову, але і довгострокову перспективу. Технологія є найважливішим елементом СУВ. Як відомо, виділяють такі вхідні виробничі фактори, як праця, матеріали і капітал, а взаємовідносини між вхідними елементами, виробничим процесом і підсумковим виходом продукції описується виробничою функцією. Однак до вхідних елементів можна віднести і підприємницьку здібність та інформацію. Таким чином, технічна основа виробництва визначає СУВ підприємства.

При організації СУВ сучасного підприємства велику роль відіграє суб'єкт управління, що здійснює керуючий вплив, виконуючи стандартний набір функцій управління: прогнозування, планування, організації, виконання, регулювання, стимулювання, обліку, аналізу і контролю.

В ході аналізу СУВ, яка склалася на сучасних підприємствах, було виявлено, що вона характеризується тим, що сформувалася заплутана структура управління з великою кількістю інформаційних потоків, відсутністю логіки побудови організації, чіткої ієрархії, централізацією прийняття рішення (навіть оперативних), авторитарністю керівництва й іншими факторами. В ринковій економіці підприємства повинні гнучко реагувати на зміну параметрів зовнішнього середовища. Тому для збереження конкурентоздатності підприємства його структура в цілому і структура СУВ, зокрема, має бути такою, щоб вся робота була сфокусована на конкретній продукції і на конкретному кінцевому споживачеві. Суб'єкт управління витратами має складатися з компетентних людей, які знають покупців, особливості конкуренції, технологію і можливості виробництва для окремих видів і груп продукції. Також в такій системі повинна забезпечуватися підзвітність керівників і їх відповідальність за результати роботи. При аналізі компонентів сформованої

і діючої СУВ було виявлено, що визначити конкретний суб'єкт управління в ній практично неможливо. В теперішній час ним є сукупність порядку 10 підрозділів, які виконують функції управління в СУВ і близько 12 явних (основних) інформаційних потоків. Центром суб'єкта управління в існуючій СУВ є «виробництво/цех».

Всі вищевикладені положення дають можливість стверджувати, що СУВ на промислових підприємствах не є досконалою і все це посилюється недосконалою організаційно-виробничою структурою їх побудови.

При організації СУВ сучасного промислового підприємства велику роль відіграє суб'єкт управління, що виконує тактичне й оперативне управління витратами підприємства в рамках обраної мети і стратегії його розвитку. Він здійснює керуючий вплив відносно об'єкта управління, виконуючи стандартний набір функцій управління: прогнозування, планування, організації, виконання, регулювання, стимулювання, обліку, аналізу і контролю. Факторами обмеження в такій системі буде мета організації, споживачі, обрана стратегія розвитку і відповідна мотивація діяльності суб'єкта управління.

На СУВ промислового підприємства впливає велика кількість враховуваних параметрів зовнішнього середовища підприємства. Всі ці фактори можна поділити на мега- і макроекономічні. Склад факторів буде розрізнятися з урахуванням того, до якої галузі належить промислове підприємство. Тому мега- і макроекономічні параметри, в свою чергу можна редукувати на загальні для всіх промислових підприємств і специфічні для підприємств окремих комплексів промисловості. СУВ промислового підприємства також істотно впливає на його зовнішнє середовище. Хоча результати ранжирування за мега- і макроекономічними параметрами зовнішнього середовища підприємства приблизно співпадають за середнім значенням, оцінка мегаекономічних параметрів вище макроекономічних в зв'язку з тим, що використання соціального капіталу та адміністративного ресурсу підприємства можуть останні елімінувати, що неможна сказати про дію мегаекономічних параметрів. Така ж тенденція простежується при діагностиці

експертним способом параметрів зовнішнього середовища промислових підприємств в цілому. В таких умовах перевагу буде мати лише та організація, яка перебудує свої внутрішні умови і елементи СУВ з урахуванням зміни параметрів зовнішнього середовища.

**Список використаних джерел:**

1. Каверина О. Д. Управленческий учет: системы, методы, процедуры. / О. Д. Каверина. – М. : Финансы и статистика, 2003. – 352 с.
2. Львов Д. С. Вернуть народу ренту / Д. С. Львов. – М. : ЭКСМО, Алгоритм, 2004. – 256 с.
3. Мишин Ю. А. Управленческий учет: управление затратами и результатами хозяйственной деятельности / Ю. А. Мишин. – М. : Дело и Сервис, 2002. – 175 с.
4. Мкртчян М. Необходимость и факторы перехода к ресурсоэкономному развитию / М. Мкртчян, Р. Саркисян, А. Спектор // Российский экономический журнал. – 2009. – № 11-12. – С. 43–52.
5. Смирнов Э. А. Теория организации : учеб. пособ. / Э. А. Смирнов. – М. : ИНФРА-М, 2003. – 248 с.

**Степаненко Н. П., Курінна І. Г.**

*Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

**ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙ**

На сьогоднішній день інновації для багатьох країн стають не тільки ключовим фактором успіху, але і єдиною можливістю вижити в умовах посиленої конкурентної боротьби. Розвиток інноваційної культури і фінансування науки і техніки розглядається в якості національного пріоритету. Більшість країн переходить від розгляду інноваційної складової свого соціально-економічного розвитку до розробки повноцінних стратегій інноваційного розвитку, тобто довгострокових комплексних планів формування інноваційного сектора економіки і підтримки його інноваційних процесів.

Згідно щорічним аналітичним доповідям «Глобальний інноваційний індекс» (GII), представленим Корнельським університетом, школою бізнесу INSEAD і Всесвітньою організацією інтелектуальної власності (ВОІВ), в світі зберігається глобальний інноваційний розрив, пов'язаний з тим, що країни з менш



інноваційними економіками на поточному етапі розвитку не в змозі встигати за темпами прогресу світових лідерів інновацій. Для подолання цього бар'єру необхідно створення відкритої та ефективної інноваційної середовища, що сприяє розвитку найважливішого ресурсу – людського капіталу.

ГІІ, що публікується щорічно з 2007 року, не випадково вважається найкращим серед індексів інноваційної діяльності, оскільки він включає найбільш повний комплекс показників, що виходять за межі традиційних вимірювань, таких, наприклад, як рівень НДДКР. У розрахунок беруться як показники інноваційного потенціалу країн, так і показники умов для його реалізації.

Об'єктивна оцінка існуючих конкурентних переваг і їх зіставлення з лідерами інновацій, що мають схожі умови, дозволить країнам з менш інноваційними економіками виробити ефективну інноваційну політику, що сприяє формуванню міцних національних умов для інновацій, і забезпечити тим самим стійке зростання.

У 2016 році в десятку країн-лідерів інновацій входять Швейцарія, Швеція, Великобританія, США, Фінляндія, Сінгапур, Ірландія, Данія, Нідерланди і Німеччина [2]. Сьогодні країни-лідери інновацій відходять від традиційного підходу до науково-технічному прогресу та інновацій, коли основний упор робиться на системі НДДКР в більш вузькому сенсі і недооцінюється значення інших чинників інноваційної діяльності. Інновації перестають розглядатися як фактор динамічного розвитку виключно виробничої сфери економіки. Акцент зміщується від технологічних до інших видів інновацій.

Так, наприклад, в Німеччині інноваційні рішення розглядаються як найважливіші фактори підтримки гідної якості життя і процвітання країни в цілому. Вони допомагають знаходити конструктивні відповіді на термінові виклики часу, в тому числі проблеми в таких сферах як сталий розвиток міст, отримання і використання екологічно чистої енергії, розробка індивідуальних програм лікування та розвиток цифрового суспільства. Крім того, вони зміцнюють позиції Німеччини як провідної промислової і експортує держави. У зв'язку з цим

найбільш актуальним питанням для країни на сьогоднішній день є її подальше просування на шляху становлення світовим лідером інновацій та забезпечення довгострокової інноваційної безпеки.

Цікаво, що інноваційні технології, з одного боку, розглядаються як інструмент забезпечення національної та глобальної безпеки, з іншого боку, – як фактор ризику цієї самої безпеки, наприклад, екологічної або кібернетичної. Подібна колізія виникла в зв'язку з тим, що на різних етапах розвитку суспільства пріоритети віддаються або використанню інноваційних технологій з метою забезпечення економічного зростання, часто на шкоду екологічної безпеки, або, навпаки, рішенням з їх допомогою екологічних проблем, викликаних високим навантаженням на навколишнє середовище, на шкоду економічній доцільності.

Сьогодні одним із ключових завдань національної стратегії інноваційного розвитку є забезпечення сталого розвитку, при якому використання ресурсів природи, інвестиційні напрямки, шляхи науково-технічного розвитку, особистісний розвиток та інституційні зміни зміцнюють нинішній і майбутній потенціал для задоволення людських потреб і прагнень. Велику популярність в зв'язку з цим набувають так звані «зелені» технології, а також системний підхід до побудови національних інноваційних систем і забезпечення інноваційного розвитку, при якому завдання окремих підсистем і використовуються для їх вирішення методи забезпечують синергетичний ефект. Крім того, рішення за допомогою інноваційних технологій глобальних проблем (глобальне потепління, посилення нерівності, старіння населення і продовольча безпека) вимагає міцного міжнародного співробітництва та встановлення глобальних зобов'язань.

Таким чином, при розробці стратегій сталого соціально-економічного розвитку країни, що розвиваються повинні враховувати не тільки досвід побудови світовими лідерами інновацій національних інноваційних систем, а й загрози і виклики інноваційного розвитку, з якими в перспективі вони можуть зіткнутися. Першочерговим завданням для багатьох країн на поточному етапі глобального інноваційного розвитку є забезпечення інноваційної безпеки.

**Список використаних джерел:**

1. Соловьёв В.П. Инновационная деятельность как системный процесс в конкурентной экономике (Синергетические эффекты инноваций) / В. П. Соловьёв. – К. : Феникс, 2004. – 560 с.
2. Рубашный В. С. Инновационный менеджмент и интеллектуальная собственность / В. С. Рубашный ; под ред. М. М. Ковалёва. – М. : Аинформ, 2007. – 367 с.
3. Гринько Т. В. Подходы к потребности предприятия во внедрении инноваций / Т. В. Гринько, О. П. Крупський // Economics, management, law: innovation strategy: Collection of scientific articles (2016, Zhengzhou, China). – Zhengzhou : Henan Science and Technology Press. – P. 109–115.

**Сустатов Є. О., к. е. н. Хуторської П. О.**

*Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

**ДЖЕРЕЛА ФІНАНСУВАННЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА  
В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ**

Євроінтеграційні процеси, що розпочалися в Україні кілька років назад та продовжуються по сей день відкривають перед національними підприємствами широкі можливості розвитку та розширення діяльності за рахунок виходу на нові ринки збуту. Але ці процеси супроводжуються певними проблемами та труднощами, такими як необхідність забезпечення якості продукції відповідно до міжнародних стандартів, формування конкурентних переваг, виконання нормативно-правових вимог та ін.

В українських реаліях існують підприємства, які мають можливість подолавши зазначені труднощі виходити на зарубіжні ринки та успішно складати конкуренцію закордонним компаніям. Одним з таких підприємств є ТОВ «Компанія Спорттехніка» – сучасне підприємство, що доволі динамічно розвивається, завдяки виробництву продукції, яка не має на внутрішньому ринку аналогів вітчизняного виробництва. Продукція підприємства вже експортується, в країни Євросоюзу, Білорусь, Молдову та інші. Але як показали проведені дослідження, експортний потенціал підприємства використовується не в повній мірі, тобто підприємство має можливість збільшувати обсяги реалізації продукції та як

наслідок отримувати більше доходів і прибутків. Для подальшого розвитку та розширення масштабів діяльності підприємство потребує додаткового фінансування як на поповнення обігових активів так і на капітальні вкладення та довгострокові інвестиції.

Підприємство на сьогодні використовує три основних види фінансових ресурсів (власні, довгострокові та короткострокові позикові). Загальна сума фінансових ресурсів за останні роки постійно зростала, збільшившись за шість років в 4,5 рази, при цьому частка власних фінансових ресурсів складала не більше 10 % протягом усього аналізованого періоду.

Структура фінансових ресурсів, яка склалась на підприємстві, а саме переважне використання позикових коштів у загальній сумі фінансування призвели до негативних наслідків, зокрема низького рівня фінансової стійкості (коефіцієнт автономії не перевищував позначки 0,9, коефіцієнт маневровості мав від'ємне значення, коефіцієнт поточної фінансової стійкості коливався від 0,8 до 0,25), зниження ліквідності балансу та низької платоспроможності (підприємство не більш ніж на 60 % мало змогу розраховуватись за своїми поточними зобов'язаннями за умови мобілізації грошових коштів, погашення дебіторської заборгованості та реалізації усіх видів запасів). При цьому, протягом останніх шести років діяльність підприємства була прибутковою, розмір щорічного чистого прибутку збільшився за шість років більш ніж у шість разів, а обсяги реалізації продукції – у шість з половиною разів. Виробничі потужності підприємства в цілому дозволяють і надалі збільшувати обсяги виробництва, підприємство має освоєні ринки збуту, а продукція є конкурентоспроможною як на внутрішньому так і зовнішньому ринках. Єдиним стримуючим фактором є пошук джерел фінансування подальшого розвитку.

Як зазначалось вище, висока частка позикових коштів в загальній сумі фінансування унеможливорює подальше кредитування підприємства, а залучення додаткового власного капіталу обмежується фінансовими можливостями власників бізнесу. Отже, проблема залучення додаткових фінансових ресурсів на підприємство є не тільки актуальною, а й болючою.

Управлінські рішення, щодо пошуку джерел фінансування потребують обґрунтування з точки зору визначення напрямків витрачання коштів. Наприклад, фінансування оновлення основних виробничих фондів можливо здійснювати на засадах фінансового лізингу, в тому числі зворотного, що дає можливість залучити додаткові кошти без зниження фінансової стійкості підприємства. Більш складним є завдання пошуку джерел фінансування поточних активів, особливо в умовах відсутності власних обігових коштів. Очевидно, що розширення бази фінансування та збільшення суми фінансових ресурсів майже не можливе, тобто підприємство фактично вичерпало можливості додаткового залучення коштів.

В такому випадку доцільним може бути перегляд політики управління активами, перш за все поточними, з метою підвищення ефективності й забезпечення раціональності їх використання, та як наслідок скорочення їх розмірів. При цьому доцільно використовувати підхід, запропонований Є. С. Стояною, щодо комплексного оперативного управління поточними активами та поточними пасивами, з використанням відповідних матриць. Згідно з таким підходом «тип політики управління оборотними активами одночасно залежить та відображає специфіку складу й структури оборотних активів та фінансової структури капіталу конкретного підприємства, його операційного та фінансового циклів» [2].

Результати проведеного дослідження показали, що підприємству необхідно відмовитись від агресивного типу комплексної політики управління поточними активами та поточними пасивами, й перейти до поміркованого типу. Це дозволить за рахунок скорочення обігових активів вивільнити додаткові кошти та не погіршувати фінансовий стан підприємства.

#### Список використаних джерел:

1. Офіційний сайт концерну «Інтер Атлетика» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://interatletika.com>
2. Финансовый менеджмент: теория и практика : учеб. / под. ред. Е. С. Стояновой. – 5-е изд. – М. : Перспектива, 2000. – 656 с.
3. Дядюк М. А. Типи політики управління оборотними активами підприємств торгівлі [Електронний ресурс]/ М. А. Дядюк, О. В. Михайлова // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. – 2013. – Вип. 1(1). – С. 120–129. – Режим доступу : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/esprstp\\_2013\\_1\(1\)\\_19](http://nbuv.gov.ua/UJRN/esprstp_2013_1(1)_19)

4. Опарін В. М. Фінанси (Загальна теорія): навч. посіб. / В. М. Опарін. – 2-ге вид., доп. і перероб. – К. : КНЕУ, 2001. – 240 с.
5. Лігоненко Л. О. Фінанси підприємств : підруч. / Л. О. Лігоненко, Н. М. Гуляєва, Н. А. Гринюк та ін. – К. : КНТЕУ, 2007. – 491 с.

**К. е. н. Ткачук В. О., Біляченко К. С.**

*Житомирський державний технологічний університет*

## **КРИТЕРІЇ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОЗДАТНОГО ТРУДОВОГО КОЛЕКТИВУ НА ПІДПРИЄМСТВІ**

Трудові колективи підприємств часто представляють як окремі групи людей, відносини між якими опосередковані їх «спільною діяльністю, а зміст цієї діяльності має соціально-схвальний характер і відповідає загальнолюдським цінностям» [1, с. 53].

«Формування трудового колективу охоплює такі послідовні стадії, як: планування персоналу, професійний підбір кадрів і трудова адаптація нових працівників» [3, с. 253–255].

Однією з основоположних функцій управління економічними процесами є планування, що також постає важливою складовою формування персоналу підприємства і представляє собою процес складання планів. Кадрове планування передбачає встановлення оптимального, поточного та перспективного складу працівників підприємства. Базисом планування персоналу є аналіз чисельності наявного персоналу, що полягає в обґрунтуванні його штатної, соціальної та рольової структури; порівнянні фактичних результатів із нормативними й плановими показниками; розрахунку відхилень та їхніх причин; аналізі робіт і посадових інструкцій. Елементами процесу планування персоналу є також обрання методу планування; проведення розрахунку необхідної чисельності персоналу; складання плану з праці та встановлення джерел кадрового забезпечення; маркетинг внутрішньофірмового та зовнішнього ринків праці; визначення додаткової потреби в кадрах.

На наступній стадії формування трудового колективу підприємства відбувається пошук і набір нових співробітників. Набір кадрів передбачає залучення потенційних працівників на підприємство з метою подальшого підбору для заповнення наявних вакансій та створення зовнішнього резерву кадрів. Він включає складання професійного портрета працівника, залучення персоналу, реєстрацію бажаючих взяти участь у професійному підборі.

Процес підбору передбачає використання певних методів оцінювання професійних знань, умінь, навичок потенційних кандидатів, виявлення у них тих рис, які найбільше відповідають створеному професійному портрету працівника.

На кожній стадії підбору відбувається «відсіювання» кандидатів, або вони самі відмовляються від подальшої участі у випробуваннях. Підбір повинен проходити відкрито, без упередженого ставлення до окремих кандидатів. Серед найбільш популярних методів професійного підбору виокремлюють: аналіз анкет кандидатів, тестування і співбесіду. Найбільш універсальним і об'єктивним способом оцінювання кандидатів на вакансію є тестування. За його допомогою можна оцінити як професійні, так і особистісні компетенції кандидатів, здатність до роботи в команді, стресостійкість, мобільність та ін. Проте цей спосіб передбачає затрати часу на його організацію та проведення, а також може вимагати залучення фахівців для розроблення тестів.

Після проходження всіх етапів підбору відбувається зарахування людини на роботу. Вона подає у службу персоналу всі необхідні документи і вже може вважатися працівником підприємства. З цього моменту відбувається трудова адаптація, що покликана «пришвидшити отримання необхідних трудових навичок новим працівником і сформувати сприятливий соціально-психологічний клімат у колективі» [4, с. 220].

Процес адаптації однаково непростий і для нового працівника, і для наявного персоналу, адже кожна людина має свої переконання, стереотипи та цінності, тому під час комунікацій необхідно дотримуватись взаємної толерантності. Має пройти час, поки персонал пристосується до нового працівника і він стане його

повноправним членом. Якщо підприємство зацікавлене в ефективній діяльності прийнятої особи, необхідно створити сприятливі умови для швидкої її інтеграції. Для цього є доречним призначення ментора, який буде наставляти новачка в необхідних виробничих ситуаціях.

Однак, формування трудового колективу не полягає виключно в забезпеченні всіх вакантних робочих місць працівниками. Адже чисельність трудового колективу не завжди свідчить про якість, а тим більше про конкурентоздатність працівників підприємства.

Перетворення трудового колективу в конкурентну перевагу підприємства безпосередньо пов'язане з вирішенням таких завдань управління персоналом [2]:

- 1) зацікавленість працівників в кінцевих результатах діяльності;
- 2) розвиток у трудового колективу прагнення внести свій вклад у досягнення загального успіху;
- 3) розвиток компетенцій, необхідних підприємству;
- 4) раціональна організація праці;
- 5) формування лояльності до керівництва.

Отже, критеріями формування конкурентоздатного трудового колективу виступають, по-перше, ефективний процес формування персоналу підприємства, що завершується його повною трудовою адаптацією і, по-друге, рівень виконання основних завдань службою персоналу.

#### **Список використаних джерел:**

1. Мошек Г. Є. Трудовий колектив як основний найактивніший елемент внутрішнього середовища підприємства / Г. Є. Мошек // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – 2011. – № 25(720). – С. 52–54.
2. Персонал как конкурентное преимущество организации [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.hr-portal.ru/article/personal-kak-konkurentnoe-preimushchestvo-organizacii>
3. Федорняк Л. С. Формування персоналу сільськогосподарського підприємства / Л. С. Федорняк // Актуальні проблеми розвитку економіки регіону : в 4 т. – Т. 1. – Івано-Франківськ, 2008. – С. 253–258.
4. Хміль Ф. І. Управління персоналом : підруч. / Ф. І. Хміль. – К. : Академвидав, 2006. – 488 с.



Федюкін Р. О.

*Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара*

## **ФРАНЧАЙЗИНГ У ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ**

В сучасних економічних умовах франчайзинг все частіше розглядають як ефективний спосіб початку власної підприємницької діяльності.

Термін «франчайзинг» походить від «franc», що означає «звільняти» або «надавати свободу або імунітет від певних навантажень/обмежень» [11]. Основоположником франчайзингу у його сучасному вигляді вважають Ісаака Зінгера, власника корпорації «Singer Sewing machine company», який в середині дев'ятнадцятого століття запропонував дистриб'юторам продавати швацькі машинки на засадах письмових угод. Мотивом для такого рішення стала неможливість надання послуг ремонту та обслуговування проданого обладнання на інших територіях. Це спонукало виробника швацьких машин передати право на їх продаж, після продажного обслуговування та ремонт компаніям, які територіально розташовувались у місцях експлуатації обладнання.

Сучасний «комерційний франчайзинг за своєю суттю є довгостроковими договірними відносинами, за яких франчайзер, володар торговельної марки, надає бізнес-концепцію для однієї або декількох інших осіб, франчайзі, що, в свою чергу, згоден заплатити внесок за відповідний договір. При цьому, найчастіше до обов'язків франчайзера відноситься постійне удосконалення стратегії управління, навчання учасників та організація послідовної маркетингової політики» [2].

Франчайзинг використовується у багатьох галузях та сферах економічної діяльності, в тому числі в готельному бізнесі.

Готельним франчайзингом вважають метод ведення бізнесу, який надає можливість підприємцю мати готель, на засадах об'єднання з готельною мережею (ланцюгами) або великим готелем, які вже функціонують на ринку. Франчайзером надається законне право здійснювати підприємницьку діяльність в сфері готельних послуг, а також надається допомога в організації такої діяльності, навчання, керування за винагороду, яку сплачує франшизі.

Зазвичай франчайзинг в сфері готельного бізнесу застосовується у двох видах:

1. Франчайзі надається комплект проектної документації на будівництво нового готелю.

2. Франчайзі, який вже має власний готель, входить до готельної мережі, що функціонує під відомим брендом.

Перший вид франчайзингової угоди більш цікавий для будівельних компаній, які займаються будівництвом нових готельних підприємств.

Другий вид передбачає застосування франчайзі бренду мережі, її інновацій у сфері управління, інвестицій. Як правило договір передбачає виконання стандартів обслуговування, яких додержуються в мережі франчайзера, використання торгової марки (знаку), зовнішніх проявів корпоративної культури, дизайнерських рішень, тощо. При цьому франчайзер періодично перевіряє додержання умов угоди з боку франчайзі. Це пов'язано насамперед з тим, що франчайзер намагається уникнути ризиків, пов'язаних з погіршенням репутації чи іміджу готельної мережі через недотримання франчайзі умов угоди.

Класичним прикладом використання франчайзингових угод у готельному бізнесі є історія розвитку компанії Marriott International.

Перший готель компанії Marriott було відкрито в 1957 році, наступні 13 років компанія відкривала виключно власні готелі, формуючи бездоганну репутацію та позитивний імідж мережі. Саме через побоювання втрати іміджу, який мала компанія, її власник не ризикнув перші франчайзингові готелі відкрити під існуючим ім'ям Marriott. Так, в 1970 році перші партнерські готелі з'явилися під брендом Marriott Inns, які навіть зовнішньо відрізнялися від готелів Marriott. До початку дев'яностих років франчайзингові угоди уклалися за схемою «кредит – будівництво готелю – продаж готелю – довготерміновий контракт на управління готелем», згодом компанія почала продавати власні готелі з наступним управлінням ними ж. Тобто поступово з власника готелів компанія Marriott перетворювалась на оператора, основною діяльністю якого стало управління готельними підприємствами. Сформувавши організаційну культуру компанії,

перед Marriott постало питання її збереження у франчайзинговій мережі, так як відомо, що ділова репутація та імідж окремого бренду чи організації впливає на імідж компанії взагалі, сприяє як залученню нових клієнтів, так і втраті таких, що вже стали постійними [3].

Отже, світовий досвід функціонування великих готельних мереж свідчить, що франчайзинг можна вважати взаємовигідною та ефективною системою партнерських відносин суб'єктів малого та великого бізнесу, яка надає можливості для подальшого розвитку готельного бізнесу. Застосування франчайзингових угод в сфері готельних послуг України є досить перспективною формою організації бізнесу, особливо з огляду на тенденцію розвитку та розширення готельних мереж (ланцюгів), що спостерігається в останні роки в нашій країні.

#### **Список використаних джерел:**

1. Economic Outlook. Franchise Business. International Franchise Association [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [emarket.franchise.org](http://emarket.franchise.org).
2. Гринько Т. В. Франчайзинг як інструмент формування організаційної культури туристичних підприємств / Т. В. Гринько, О. П. Крупський // Науковий економічний журнал «Актуальні проблеми економіки». – 2015. – № 1 (163). – С. 145–154.
3. Grynko T. V. Organizational culture and image as a factor in the competitiveness of tourism and hotel enterprises / T. V. Grynko, O. P. Krupskyi, I. V. Timar // National Economic Reform: experience of Poland and prospects for Ukraine: Collective monograph. – Poland: Baltija Publishing, 2016. – Vol. 3. – P. 252–270.

**Фортуна А. В., Рябик Г. Є.**

*Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

### **МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ОЦІНКИ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Основні засоби – це найважливіший елемент виробничого потенціалу. Від складу, структури, технічного стану та рівня зношеності істотно залежить ефективність діяльності вітчизняних промислових підприємств, особливо в ринковому економічному просторі.

Дослідження статистичної інформації відносно наявного стану основних засобів вітчизняних підприємств виявило значну проблему ефективності їх використання. Більшість промислових підприємств України мають на Балансі вкрай зношені основні фонди, використання яких у виробничому процесі давно вже являється економічно не доцільним.

Проблема полягає і в тому, що для більшості національних промислових підприємств постає задача не скільки оновити, скільки зберегти наявний виробничий потенціал. Але останнім часом дослідник проблеми стали спостерігати позитивні зрушення в рамках інтенсифікації промислового виробництва, навіть в період політичної та економічної кризи. Керівники підприємств розуміють важливість оновлення технічного парку, як фактор

Необхідність вчасного оновлення техніки як одного з факторів інтенсифікації виробництва. Таке розуміння диктується елементарними економічними розрахунками, які явно свідчать про недоцільність підтримувати застаріле (як фізично, так і морально) обладнання у працездатному стані через необґрунтовано зависокі витрати.

З метою визначення наявності, стану та реальної потреби в основних засобах проводять їх оцінку. Існуючі різноманітні підходи щодо оцінки вартості основних засобів товаровиробників дозволяють провести всебічний їх аналіз з використанням найбільш раціонального підходу [1].

Дослідження економічної літератури свідчить про існування великої кількості показників. Всі вони покликані надати ґрунтовну оцінку ефективності використання, стану та технічного оновлення основних засобів. При цьому, нові умови господарювання, стрімкий науково-технічний прогрес, інновації у виробничій сфері, застосування нових технологій, рухливість законодавчої бази, політична та економічна нестабільність створюють нові умови, які впливають на технічне оновлення наявного парку обладнання. Ті показники, які були розроблені та запропоновані ще в часи існування СРСР, сьогодні не дають реальної адекватної оцінки. Така ситуація висуває вимоги до системи показників оцінки основних засобів [3].

З урахуванням вищесказаного стає зрозумілим, що існуюча система показників має ряд суттєвих недоліків, які не дозволяють отримати достовірні результати проведеної оцінки. Тому актуальною стає задача – розробити єдиний підхід до оцінки стану основних засобів та впровадити його у практику господарювання.

В рамках одного з підходів основні засоби оцінюють: 1) залежно від моменту проведення оцінювання основних засобів (первісна; та відновна вартість); з огляду на стан основних фондів (повна та залишкова вартість).

Також провідні науковці пропонують оцінювати основні виробничі фонди, застосовуючи методи ринкової та балансової вартості.

Існує також підхід до оцінювання основних виробничих засобів з огляду на їх технічний стан, а саме: застосування часових, натуральних та вартісних показників [2].

Узагальнивши сучасні підходи до оцінки основних засобів, О. М. Следь пропонує об'єднати показники оцінки у систему, яка включає дві групи: показники формування і показники використання основних засобів. У перший блок згруповано показники вартості, руху та оновлення, а в другий блок включено показники зношення, продуктивності, ефективності використання та соціально-економічної ефективності (рис. 1) [3].



Рис. 1. Групування показників оцінювання основних засобів

Дослідивши сучасні підходи й проаналізувавши існуючі методи встановлення представлених показників було визначено, що наявні підходи неоднозначно тлумачать сутність і значення показників, при цьому виникає неоднозначність їх виміру. Також встановлено, що не існує єдиного підходу навіть відносно функціональної складової основних засобів.

Наявні в практиці господарювання підходи щодо оцінки економічного і технічного стану основних засобів стимулюються не лише появою нових умов ведення виробничої діяльності, а й наявністю великої кількості підходів до переоснащення галузей народного господарства.

З вищевикладеного зроблено висновок, що забезпечення якісної, достовірної оцінки стану, якості, наявності та ефективності використання основних засобів не можливе без розробки збалансованої системи показників в рамках єдиного уніфікованого підходу.

**Список використаних джерел:**

1. Галуза С. Оцінка використання активів у аналізі ефективності підприємства / С. Галуза, В. Артемов // Економіка України. – 2005. – № 6. – С. 86–89.
2. Кулько І. В. Оцінювання та аналіз основних виробничих фондів підприємств / І. В. Кулько // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. – 2013. – № 3 (72). – С. 166–168.
3. Следь О. М. Удосконалення системи показників оцінки оновлення основних засобів виробництва / О. М. Следь // Економічний аналіз. – 2013. – Т. 14(3). – С. 203–210.

**Хамза Зерігат А., к. е. н. Кошевий М. М.**

*Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

**ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ТА УПРАВЛІННЯ РІВНЕМ  
РЕНТАБЕЛЬНОСТІ**

Для оцінки ефективності функціонування господарської діяльності підприємства деякі автори пропонують використовувати показники рентабельності. Вони являють собою співвідношення показника прибутку або суми доходу, або з величиною витрат, або з об'ємом авансованого капіталу. Показники рентабельності

дають більш об'єктивну оцінку про ефективність роботи підприємства за певний звітний період. Вони вимірюють прибутковість підприємства з різних сторін і об'єднуються відповідно до інтересів учасників економічного процесу.

Прибутковість підприємства характеризується абсолютними та відносними показниками. Абсолютним показником прибутковості є сума прибутку або доходу. А відносним показником – рівень рентабельності.

В економічній літературі немає єдиного трактування поняття рентабельності. Одні визначають її як відносний показник ефективності [1; 3], інші як ступінь дохідності [2].

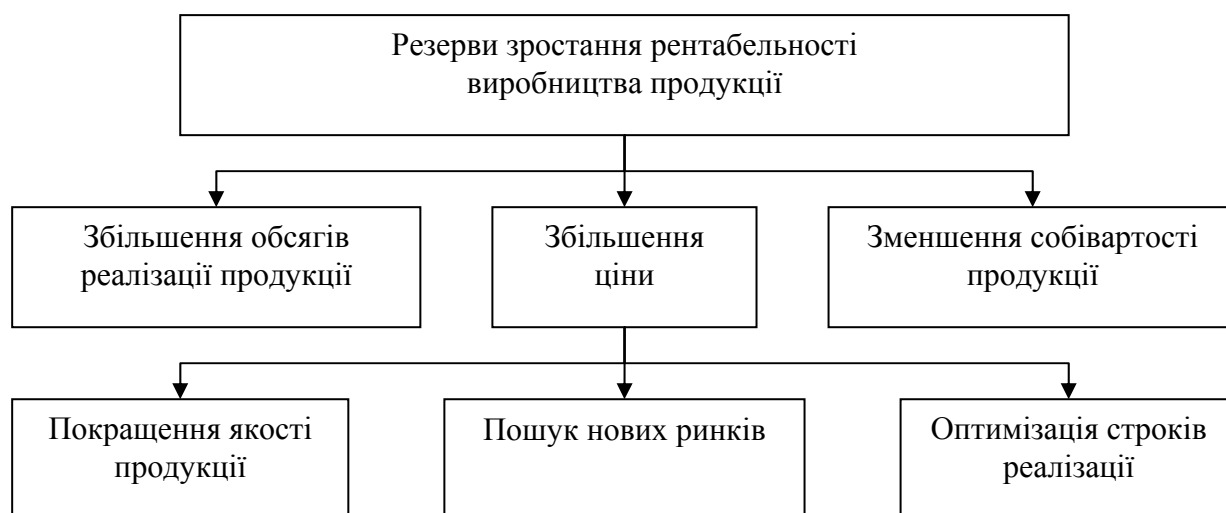
Існує значна кількість показників, що виражають рентабельність. Всі ці показники утворюють певну систему. Вона дає можливість не обмежуватися оцінкою окремих сторін діяльності підприємства, а уявити всі ці показники в синтезованому вигляді з метою виявлення причинно-наслідкових зв'язків, що впливають на фінансові результати та фінансовий стан даної підприємства. За результатами проведеного аналізу рентабельності слід дати оцінку зміни показників рентабельності та встановити чинники, що вплинули на ці показники.

Таким чином, не існує єдиної думки авторів щодо трактування рентабельності, оскільки це комплексне поняття, яке застосовується в різних напрямках діяльності. Рентабельність відображає, наскільки прибуткова діяльність компанії. А тому управління рентабельністю означає забезпечення бажаної динаміки значень цих коефіцієнтів. Будь-яке підприємство прагнути до збільшення рентабельності. З цієї позиції доцільно виділити окремі напрями збільшення рентабельності (табл. 1).

Усі зазначені шляхи та чинники взаємопов'язані та взаємообумовлені між собою. Тому важливо щоб всі заходи, що проводяться організацією, при використанні всіх її можливостей, сприяли досягненню можливих цілей його розвитку. З урахуванням даних факторів, визначаються і основні напрями пошуку резервів зростання рентабельності продукції, що представлені на рис. 1.

**Таблиця 1. Взаємозв'язок шляхів підвищення рентабельності на підприємстві та факторів, що сприяють їх досягненню**

Шляхи	Фактори
Забезпечення потреби в накопиченнях для виробничого розвитку	Структура виробництва продукції, структура реалізації продукції, ціни реалізації, оптимізація витрат виробництва, обсяг, структура і ефективність використання ресурсів, розмір рентабельності
Задоволення інтересів власника підприємства	Зростання прибутку підприємства за рахунок підвищення ефективності та обсягу використання власних і залучених фінансових ресурсів, використання ефекту фінансового важеля, розмір рентабельності
Забезпечення стабільного фінансового стану промислового підприємства	Структура виробництва продукції, структура реалізації продукції, ціни реалізації, оптимізація витрат виробництва, обсяг, структура і ефективність використання ресурсів, розмір рентабельності
Забезпечення соціального споживання та соціального розвитку колективу	Витрати обігу, чисельність персоналу, його склад, заходи стимулюючого характеру (премії за високу продуктивність, прогресивна шкала нарахування заробітної плати тощо), розмір рентабельності



**Рис. 1. Основні напрямки пошуку резервів зростання рентабельності виробництва продукції**

Таким чином, розглянуті основні джерела резервів підвищення рівня рентабельності на підприємстві доцільно застосовувати на практиці. Керівник підприємства повинен в мінливих умовах його розвитку виявляти та використовувати резерви підвищення рентабельності, тобто приймати правильні управлінські рішення, спрямовані на підвищення ефективності діяльності підприємства.

**Список використаних джерел:**

1. Грибов В. Д. Экономика предприятия : учеб. пособ. / В. Д. Грибов, В. П. Грузинов ; 3-е изд., перераб. и доп. – М. : Финансы и статистика, 2003. – 336 с.



2. Савицкая Г. В. Экономический анализ: учебник / Г. В. Савицкая. – 14-е изд., перераб. и доп. – М. : ИНФРА-М, 2014. – 649 с.
3. Чечевицына Л. Н. Анализ финансово-хозяйственной деятельности : учеб. / Л. Н. Чечевицына, К. В. Чечевицын. – Ростов-на-Дону : Феникс, 2013. – 368 с.
4. Бець М. П. Планування рентабельності виробництва / М. П. Бець // Економіка України. – 2007. – № 2. – С. 40–45.

**К. е. н. Хуторської П. О., Рибак А. А.**

*Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

## **ГАЛУЗЕВІ ОСОБЛИВОСТІ ПОБУДОВИ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ СТРУКТУРИ МАЛИХ АВТОТРАНСПОРТНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Побудова оптимальної організаційної структури є важливим завданням будь якого підприємства, в тому числі автотранспортного. Від того наскільки раціонально побудована виробнича структура та структура управління, встановлені зв'язки між її елементами залежить ефективність діяльності підприємства в цілому [1].

Оптимальна структура автотранспортного підприємства характеризується наступними ознаками:

- невеликою кількістю підрозділів з персоналом високої кваліфікації;
- невеликою кількістю рівнів управління;
- наявністю на підприємстві груп спеціалістів;
- орієнтацією графіків роботи на замовників;
- швидкістю реакцій на зміни;
- високою продуктивністю та низькими витратами.

Стандартна організаційна структура управління автотранспортним підприємством складається із трьох самостійних блоків управління: експлуатаційного, технічного та економічного, кожен з яких повинен бути підпорядкованим певному керівникові.

Для автотранспортних підприємств характерною є безцехова організаційна структура, за якою усі функції по управлінню сконцентровані в апараті управління підприємства.

Переважно організаційна структура автотранспортного підприємства будується як лінійно-функціональна, при цьому лінійні структури виконують управлінські функції з правом прийняття рішень, а функціональним підрозділам відведено роль методичного керівництва за певними функціями. Таку організаційну структуру відрізняють наступні особливості: виконання формалізованих процедур та правил, досить сильна ієрархія управління, централізований характер прийняття рішень. При цьому кожен виконавець підпорядковується тільки одному керівникові, від якого отримує усі завдання. Між виконавцем та функціональними підрозділами встановлюються інформаційні зв'язки щодо обміну методичними та консультативними порадами. Але для надання рішенням функціональної служби директивного характеру, його повинен підтримати та затвердити керівник. Отже, при зазначеній організаційній структурі автотранспортного підприємства важливу роль відіграє саме директор підприємства.

На автотранспортних підприємствах, які мають достатньо велику кількість підрозділів головною проблемою є координування їх діяльності. Саме координування стає підґрунтям організаційної структури такого підприємства, так як забезпечує сукупність стійких взаємозв'язків на підприємстві.

Для підприємств малого бізнесу, які успішно здійснюють свою діяльність в сфері вантажних автомобільних перевезень, побудова оптимальної організаційної структури є важливим завданням з точки зору мінімізації видатків на утримання такої структури за умови забезпечення якісного управління підприємством в цілому.

Не зважаючи на розмір підприємства та кількісний і якісний склад його автотранспортних засобів, організаційна структура повинна бути побудована таким чином, щоб виконувались функції за основними трьома напрямками (експлуатація, ремонтно-технічне обслуговування, економічне управління). При цьому, не важливо скільки на підприємстві працює робітників і спеціалістів, зазначені функції повинні бути охоплені в повному обсязі. Тобто і керівники невеликих підприємств, з метою економії коштів повинні намагатися мінімізувати

функції та обсяги робіт, виконувані персоналом, але не відмовляйтесь від них повністю.

Оптимізації організаційної структури малого автотранспортного підприємства можна досягти шляхом передачі виконання деяких послуг стороннім особам. Як показує досвід, найбільш успішними та раціональними є передача наступних функцій:

- медичного огляду водіїв перед виїздом у рейс (на малому підприємстві не доцільно тримати медичного працівника постійно у штаті);

- ремонтні роботи високого ступеню складності, при цьому дрібний та профілактичний ремонт, технічний ремонт залишати на підприємстві (виконувати переважно силами водіїв), а складний та капітальний проводити у сторонніх організаціях;

- складною функцією є пошук замовників на перевезення та складання маршрутів. Отже дедалі частіше малі підприємства відмовляються від самостійного виконання цих функцій та звертаються до сторонніх логістичних компаній або користуються послугами приватних диспетчерів, які працюють переважно на спеціалізованих інтернет-майданчиках (наприклад Ларді) та добре обізнані на особливостях галузевого ринку;

- доволі часто керівники малих підприємств не приймають в штат головного бухгалтера, а звертаються за допомогою у ведені обліку та звітності до послуг сторонніх фахівців – професійних бухгалтерів, але функції щодо обробки економічної інформації доцільно залишати за штатними працівниками підприємства.

Завдяки вище зазначеним заходам можлива побудова оптимальної організаційної структури малого підприємства в частині мінімізації витрат на її утримання та забезпечення виконання необхідних функцій в повному обсязі.

#### Список використаних джерел:

1. Рибалко О. М. Трансформація організаційних структур управління автотранспортного підприємства / О. М. Рибалко, В. В. Сьомченко // Вісник Запорізького національного університету. – 2010. – № 1(5). – С. 49–52.
2. Жариков В. Д. Трансформация организационных структур управления [Електронний ресурс] / В. Д. Жариков, Е. Е. Удалова // Вопросы современной науки и практики. – 2011. – № 4(35). – С. 259–268. – Режим доступу : <http://vernadsky.tstu.ru/pdf/2011/04/37.pdf>

**Чистяк М. М.**

*Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

**ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ  
КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ  
У СУЧАСНИХ ЕКОНОМІЧНИХ УМОВАХ**

Практикою акціонерної форми господарювання вироблено кілька основних механізмів розв'язання проблеми корпоративного управління. Це корпоративні закони регулювання, що визначають роль і відповідальність осіб, зобов'язаних вести корпоративний бізнес. Йдеться, зокрема, про конкурентне середовище на товарному ринку, яке дисциплінує управлінську поведінку через небезпеку банкрутства і руйнування неефективних компаній, про фінансовий ринок, на якому незадоволені діяльністю корпорації акціонери можуть ліквідувати свої вкладення. Масовий продаж акцій компаній і зниження її котирувань робить проблематичним чи неможливим залучення необхідного додаткового капіталу. І, врешті, ринок робочої сили дисциплінує менеджерів різних рівнів управління небезпекою звільнення з роботи і проблематичним пошуком нового робочого місця у випадку неефективної діяльності на попередній роботі.

Усе це – механізми зовнішнього контролю. Однак перш ніж вони стануть досить ефективними в наших умовах, мине певний час. Регулювання корпоративної діяльності може бути значимим тільки за наявності інфраструктури, що забезпечує дію регулюючих законів і актів. Конкуренція на товарному ринку в умовах монополізму, характерного для планової економіки, не може виникнути миттєво. До того ж необхідне впровадження перевірених моделей, що пов'язують управлінську поведінку з успіхом на конкурентному ринку. Фінансовий ринок може забезпечувати ефективний контроль тільки за можливості практично вільного продажу акціонерами своїх акцій на фондовому ринку.

Механізм корпоративного управління визначає організаційне забезпечення, яке використовується з метою узгодження власних групових інтересів та

досягнення спільної мети, тобто забезпечення ефективної роботи. Таким організаційним забезпеченням є спостережна рада (рада директорів).

Спостережна рада – це виборний орган, якому доручається підзвітне і контрольоване корпоративне управління в інтересах власників у період між загальними зборами акціонерів. Головне завдання ради полягає в тому, щоб захищати інтереси акціонерів і товариства в цілому. Зазвичай на практиці досить часто інтереси, з одного боку, власників малих та великих пакетів акцій, а з другого – стратегічних інвесторів та решти акціонерів, а також менеджменту підприємства та його акціонерів, можуть не зберігатися не тільки між собою, а й з інтересами товариства в цілому. Зокрема, члени правління і всі працівники певною мірою залежать від акціонерного товариства (АТ), оскільки воно дає їм роботу. Продаж або реконструкція того чи іншого виробничого підрозділу, який сприяв би зміцненню та економічному зростанню АТ, водночас може призвести до збільшення або зменшення чисельності економічних робочих місць.

Сучасний етап розвитку корпоративної системи характеризується феноменом неадекватності рівновеликих пакетів акцій прагненню установити максимальний контроль. Відтак витісняється на другий план показник рівня дивідендів. Вартість акцій, що купуються з метою одержання доходу, і акцій, придбаних для здійснення контролю, – це принципово різні речі. В Україні в умовах переділу власності ця обставина набула ще більшої ваги у процесах трансформації корпоративних відносин.

Досить часто правління АТ, зосереджуючи увагу на поточних справах, на необхідності забезпечення безперебійної роботи підприємства, не завжди спроможне чітко визначити стратегічну довгострокову перспективу, що виходить за межі буденності. Як наслідок, АТ може стати менш конкурентоспроможним та втратити свої позиції на ринках. Можливі такі ситуації, коли тимчасові інтереси акціонерів суттєво відрізняються і входять у суперечність з довгостроковими інтересами товариства. Наприклад, акціонер може бути зацікавлений у тому,

щоб ухвалити пропозицію про поглинання компанії і продати свої акції стороні, яка намагається контролювати товариство, з тим, щоб потім продати його за частинами і одержати прибуток.

Важливою функцією спостережних рад є забезпечення ефективного управління ризиками. Результати досліджень свідчать, що іноземні інвестори охочіше вкладають свої кошти у компанії, які мають незалежну спостережну раду. Вони вважають, що навіть якщо у товариства виникають певні проблеми, наявність ефективно функціонуючої ради сприятиме якнайшвидшій стабілізації становища.

Крім того, до переліку обов'язків спостережної ради відносяться:

- контроль за діяльністю правління та заміщення (у разі потреби) посадових осіб товариства;

- контроль за системою обігу інформації, з метою отримання чіткої картини фінансового стану товариства;

- забезпечення розгляду звернень, пропозицій, скарг акціонерів та ін.

Отже, на відміну від правління, яке здійснює управління повсякденними справами товариства, спостережна рада виконує контрольні функції.

#### **Список використаних джерел:**

1. Шиткина И. С. Корпоративное право / под ред. И. С. Шиткиной. – М. : Волтерс Клувер, 2008. – 648 с.
2. Пенс И. Ш. Корпоративное управление в современной промышленности России: состояние и факторы совершенствования / И. Ш. Пенс, С. А. Фурс. – М. : ООО «Недра коммюникейшнс ЛТД», 2008. – 120 с.
3. Сейдаметова Л. Д. Корпоративное управление и инвестиционная привлекательность: современные концептуальные подходы [Электронный ресурс] / Л. Д. Сейдаметова, С. А. Аблязова // Бизнес-Информ. – 2011. – № 4. – С. 142-147. – Режим доступа : [http://business-inform.net/pdf/2011/4\\_0/142\\_147.pdf](http://business-inform.net/pdf/2011/4_0/142_147.pdf)
4. Тіхонравов О. В. Організаційно-економічний механізм управління корпоративними правами : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.02.03 / О. В. Тіхонравов. – Х. : Харківський нац. ун-т ім. В. Н. Каразіна, 2004. – 20 с.

Чорна І. О., к. е. н. Дробишева О. О.

*Запорізька державна інженерна академія (Україна)*

## **ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ – ОСНОВА ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

Все більшої актуальності в сучасних умовах розвитку набувають дослідження впливу інновацій на рівень конкурентоспроможності підприємств. У першу чергу, це пов'язано з однією з основних цілей підприємства функціонуючого в умовах сучасної ринкової економіки – забезпеченні конкурентоспроможності виробляємих товарів та удосконалення процесів їх виробництва та створення. Досягнення цілі можливе лише тим підприємствам, які відзначаються високою інтенсивністю інноваційної діяльності. Отже, можливо швидко зреагувати на зміни зовнішнього середовища з мінімальними витратами шляхом безперервного оновлення бізнес-процесів. Звідси випливає, що інноваційна діяльність та конкурентоспроможність підприємства є взаємообумовленими [1, с. 29].

Проблематика, яка полягає в підвищенні конкурентоспроможності підприємств за рахунок проведення інноваційної діяльності, була об'єктом досліджень у роботах зарубіжних і вітчизняних учених, а саме: А. Є. Воронкова, А. П. Гречан, С. М. Ілляшенко, І. М. Рєпіна, О. І. Олексюка, Н. І. Чухрай, П. Друкера, Р. Фостера, Й. Шумпетера та інших, але вона потребує подальшого дослідження.

Поняття конкурентоспроможність можна трактувати як здатність підприємства створювати товари або послуги конкуруючі на світовому ринку. Поняття інновація, у свою чергу, це впровадження абсолютно нової або поліпшеної ідеї, товару, послуги або процесу, призначення якої отримання покращеного результату.

В умовах сучасного етапу світового економічного розвитку важливою ознакою конкурентоспроможності стає придатність системи до безперервного розвитку та оновлення, змін діяльності на основі засвоєння нововведень та використання наявного науково-технічного, інформаційного та інтелектуального

потенціалу з метою подальшого розвитку, підвищення результатів діяльності та якості життя [2, с. 130–131].

Інноваційна діяльність є необхідною умовою функціонування підприємства в умовах розвитку. Завдяки їй підприємство в змозі впровадити різні новації, що призведе до зниження витрат на виробництво практично за всіма статтями витрат. Зниження норми розходів матеріалів на виготовлення продукції та трудомісткість виробу, збільшення обсягу виробництва, зменшення матеріальних витрат та витрат на заробітну плату основним робітникам, зростання якості та прибутку – все це призводить до зниження собівартості продукції. Як результат, зростання чистого прибутку підприємств дасть можливість підвищувати інноваційну активність, це в свою чергу буде сприяти постійному покращенню результатів функціонування підприємства.

Впровадження результатів інноваційної діяльності – один із ефективних способів задоволення споживачів та забезпечення стійкого відтворення інноваційного покоління, дає змогу вистояти боротьбу за ринки збуту та долати періоди фінансових криз [3, с. 165].

Активність діяльності підприємства в сфері інновацій в сучасних умовах, в першу чергу, пов'язана з пошуком джерел та форм інвестування, які б забезпечили збалансованість між витратами на інноваційні нововведення та фінансовими можливостями. На сьогодні основними джерелами інвестицій для багатьох вітчизняних підприємств є прибуток та амортизаційні відрахування.

Успішна економічна діяльність в інноваційній сфері залежить від ступеня залучення кредитних ресурсів банківських установ. Нажаль сьогоднішні механізми кредитування та досить високі процентні ставки за кредити не можуть сприяти залученню фінансових ресурсів до інноваційної сфери. Серед основних чинників, що гальмують розвиток інноваційної діяльності, підприємці виділяють у першу чергу економічні, такі як нестача власних коштів, великі витрати на нововведення, недостатня фінансова підтримка держави, високий економічний ризик та інші.



Як альтернатива, поширення отримали такі способи залучення кредитних ресурсів на інноваційну діяльність, як лізинг, франчайзинг та форфейтинг [4, с. 189].

Необхідною умовою підвищення конкурентоспроможності стає впровадження інновацій та систематичне ведення інноваційної діяльності підприємствами. Це дасть змогу суб'єктам господарювання збільшити тривалість життєвого циклу свого існування та постійно підвищувати ефективність своєї діяльності. Але існує ряд перешкод, що стримують розвиток інноваційної діяльності на українських підприємствах: слабка мотивація інноваційної діяльності, недостатня урегульованість законодавчої бази, ризик непередбачуваності результатів інноваційної діяльності, нестабільна політична та економічна ситуація в країні, ізолюваність від потенційних зарубіжних партнерів, недостатність державної підтримки на підприємствах, відсутність значної кількості висококваліфікованого персоналу високотехнологічних і наукоємних виробництв.

#### **Список використаних джерел:**

1. Коваленко О. В. Інноваційний розвиток підприємства : навч.-метод. посіб. для студентів ЗДІА економічних спеціальностей денної та заочної форм навчання / О. В. Коваленко, О. О. Дробишева. – Запоріжжя : ЗДІА, 2016. – 165 с.
2. Грозна В. В. Підвищення конкурентоспроможності економіки України як передумова співробітництва з ЄС / В. В. Грозна // Актуальні проблеми економіки. – 2006. – С. 130–134.
3. Микитюка П. П. Інноваційний розвиток підприємства : навч. посіб. / за ред. П. П. Микитюка. – Тернопіль : ПП «Принтер Інформ», 2015. – 224 с.
4. Регіональна економіка : підруч. – К. : ВД «Професіонал», 2007. – 528 с.

**Чучукало А. С.**

*Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара(Україна)*

### **ДЕТІНІЗАЦІЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ЯК ЧИННИК РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА**

Досліджуючи проблеми детінізації в Україні помітимо що питання, зменшення рівня тіньової діяльності підприємств, уже тривалий час не приділяється належній увазі. Якщо не враховується реальних обсягів тіньового сектору то це не лише спричиняє викривленню при оцінюванні макроекономічних показників і чинників,

а також розбалансовує та знижує ефективність економічної політики. Так же значні обсяги неформальної господарської діяльності переростають у загрозу економічної безпеки держави. Тому питання детінізації діяльності підприємств набирає особливої актуальності, та є одним із першочергових завдань для розвитку підприємництва.

Різні аспекти тіньової економіки досліджувалися у працях вітчизняних і закордонних учених. Зокрема, теоретичні та прикладні основи вивчення тінізації висвітлено у працях В. Геєця, К. А. Базилюк, І. Мазур та ін. Про особливості організаційно-правових засад детінізації йдеться у працях Г. Ернсте, К. Харта, П. Гутмана, В. Мамутова, В. Поповича. Однак низка питань, пов'язаних із детінізацією діяльності підприємств, потребує подальшого дослідження.

Мета – визначити сутність тіньової економіки, розкрити необхідність, заходи і зміст її детінізації, а також її значення і роль для подальшого розвитку підприємництва в Україні.

Тіньовий сектор поповнюється за рахунок кількох взаємопов'язаних чинників: переважання розрахунків готівкою, обмежене застосування законів і нормативних актів та відсутність прозорості операцій.

Тіньова економіка має проблеми з глобально-історичним феноменом, яка є характерною тією чи іншою мірою всіх суспільних систем.

Тіньова економіка включають в себе також юридичну діяльність. Вона виконується поза досяжністю державних органів. Ці заходи зазвичай поділяють на дві категорії: перша категорія – це офіційно не зафіксована (або неоголошена) праця; друга категорія – це заниження доходів підприємств.

Концепцію легалізації тіньової економіки на Україні потрібно розробити власну. Врахувавши в неї особливості вітчизняної економіки, особливості вияву тіньової економіки, економічні та соціально-політичні умови. Також при розробці власної концепції для легалізації тіньової економіки слід урахувати, що основою будь-якої моделі з оцінювання моральних ризиків, спричинених тіньовою економікою, є той факт, що цей ризик є прямим наслідком економічної вигоди

для сторони, яка його спричиняє. З точки зору тіньового сектору економічної діяльності підприємства, розмір морального ризику – це розмір економічної вигоди, що може бути отримана внаслідок неправомірних дій.

Пріоритетом у стратегії детінізації економіки України є прискорення розробки та реалізації всього комплексу заходів, необхідних для досягнення цієї мети. Враховуючи реальний стан вітчизняної економіки, мається на увазі про антикризові заходи, структурні й інноваційні перетворення в країні у короткостроковій і довгостроковій перспективах.

Отже, для зменшення тіньової економіки та прискорення розвитку вітчизняної економіки необхідна система заходів на державному рівні, таких як: захист внутрішніх ринків; стимулювання вітчизняного виробника; нелегального чи псевдо легального експорту об'єктів інтелектуальної власності; розблокування процесів економічного відтворення та ін.

Для підвищення ефективності профілактики тінізації економіки в регіонах країни доцільно також створити центри діагностики її стану при облдержадміністраціях. Головним завданням для центру діагностики є активна участь у реалізації державної політики, у сфері протидії тінізації економіки, своєчасне попередження органів виконавчої влади регіонів про загрозливі тенденції в соціально-економічній сфері (особливо у сфері зайнятості).

Висновки. Головними причинами розвитку тіньової економіки в Україні є збіднення значної частини населення, велике оподаткування доходів підприємств, недосконалість чинного законодавства, високий рівень безробіття, криза неплатежів, ігнорування морально-етичних норм, відсутність сприятливого інвестиційного клімату. Всі ці причини призводять до суттєвого зниження рівня життя населення та викривлення розвитку принципів демократичного суспільства.

Тіньовий сектор можна реально скоротити лише за умови зменшення витратності та зростання ефективності легальної економіки. Також створення рівних умов для функціонування різних форм бізнесу. Це має підвищити конкурентоспроможність легальної економіки і зробити не вигідним приховування її результатів.

Отже, ефективна протидія процесу тінізації діяльності підприємств в Україні та трансформування її в легальну сприятимуть розвитку вітчизняних підприємств, гарантуватимуть економічну безпеку України, її незалежність, суверенітет, а також прогресивний соціально-економічний розвиток.

**Список використаних джерел:**

1. Савчук О. Пріоритетні напрями вдосконалення фіскальної політики України [Електронний ресурс] / О. Савчук. – Режим доступу : <http://naub.oa.edu.ua>
2. Варналія З. С. Економічна безпека : навч. посіб. / за ред. З. С. Варналія. – К. : Знання, 2009. – С. 526–552.
3. Кіржецький Ю. І. Тіньова економіка та напрями її подолання в Україні : моногр. / Ю. І. Кіржецький. – Львів : Ліга-Прес, 2013. – 170 с.

**К. т. н. Юрасова Д. В., Куценко В. Й.**

*Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

**ОЦІНЮВАННЯ ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ  
ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

Прийти до позитивної та відносно стабільної рентабельності бізнесу – це гарантія його сталого (життєдайного довговічного) розвитку шляхом формування соціальної відповідальності господарювання, використовуючи і реалізуючи місію підприємства «благо народу», виробляючи і реалізуючи соціальну продукцію, перш за все, місцевим і по можливості національним споживачам за доступними переважній більшості цінами. Це надійний метод для підвищення рентабельності та її збереження, що практично неможливо в існуючій економічній моделі, яка сприяє зацикленості суб'єктів виробничої діяльності, із середньою тривалістю циклу в 6–7 років як на підприємствах в США, так уже і в Україні. Тобто, 3–4 роки економічне зростання (підйом прибутку, рентабельності), а потім зниження. Якщо своєчасно не зроблені підсумки – основні причини падінь економічних показників, цикли повторюються більш відчутно: якщо не зроблені правильні висновки і на цей раз – втрата платоспроможності та криза (з давн. грец.

«Суд, вирок», покарання): не відбулися зміни напрямків розвитку – місії «на служіння суспільству» – банкрутство. Тому забезпечення безкризового розвитку – стало основною проблемою третього тисячоліття. Отже, людяність бізнесу (доброякісність продукції життєдіяльності для оточуючих людей і доступна більшості ціна) і є початком стабільного й ефективного розвитку компанії, коли попит стає рівним загальним потребам. Постійна група місцевих, а потім і національних споживачів, зростає, поступово доходи й ефективність витрат підвищуються і головне – відносно стабільні у часі.

Оцінка ефективності управління діяльністю підприємства стосовно організації її проведення потребує обґрунтування вибору методів, за якими її буде здійснено. Оцінювати економічну й соціальну ефективність виробництва потрібно спираючись на результати комплексної діагностики діяльності господарства за необхідний період його діяльності. Саме таке комплексне дослідження охоплює оцінювання очікуваних показників у динаміці й аналітичне значення певної сукупності діяльності. Головні показники ефективності підприємства – невеликий перелік основних параметрів, що застосовуються менеджментом для відслідковування і аналізу результатів діяльності підприємства і подальшого, вдалого прийняття управлінських рішень. Ці показники повинні відбивати найголовнішу інформацію для управління підприємством. Для підприємств різноманітних видів та типів у різні часи та за різних умов показники ефективності будуть відрізнятися. Обсяги реалізації і кількість надходжень, рівень рентабельності залежать також від збутової, постачальницької, виробничої і торгівельної діяльності підприємства. Ефективність характеризує оцінку і порівняння отриманих висновки про діяльність із вартістю витрачених ресурсів. Економічним ефектом характеризується будь-які позитивні результати у вартісному виразі. Економічним ефектом є абсолютна величина, яка залежить від масштабу виробництва та раціоналізації витрат. Для оцінки економічної ефективності виробництва застосовують комплекс економічних показників. Критерії – це ознаки, на основі яких дається оцінка діяльності, визначаються параметри на перспективу.

Найголовнішими умовами аналізу доходів від діяльності підприємства є: посилений контроль за ефективним виконанням планів збуту товару та отриманням кінцевого результату; згідно ефекту як об'єктивних так і суб'єктивних показників на обсяги реалізації продукції та фінансові результати; виявлення можливостей для обсягів збільшення виробництва товару і суми прибутку; визначення щодо роботи підприємства з використання можливостей збільшення обсягів збуту продукції, прибутку та рентабельності; розробка заходів з використання резервів. Кінцевий результат діяльності підприємства характеризується особливостями цієї діяльності, визначає його діяльність в операційній, інвестиційній, фінансовій, екологічній сферах. Результати операційні можуть бути визначені тільки після урахування кількості цієї продукції. Результат діяльності не завжди визначається якісною кількістю якісного виробництва. Вартісну оцінку усіх результатів виробництва треба визначити за допомогою сукупного доходу виробництва, доданої вартості та грошового результату, прибутку та оподаткування. Використовують декілька підходів оцінки ефективності діяльності – грошовий і ресурсний. За грошовим підходом результати і витрати визначаються в надходженнях і витратах коштів. Незважаючи на те, що витрати і кінцеві зміни вимірюються у грошовому еквіваленті, вони можуть вважатись отриманими, тільки якщо продукція виготовлена, а витрати тільки здійсненими у час споживання ресурсу. Суть показника ефективності розкривається співвідношенням між ресурсами та результатами виробництва, за якого отримують вартісні показники ефективності виробництва. Існує три види співвідношення: 1) показники у вартісній формі; 2) ресурси у вартісній, а результати у натуральній формах; 3) ресурси виражені у натуральному, а результати – у вартісному видах. Сьогодні виробничими підприємствами використовується широкий спектр оцінки ефективності показників використання ресурсів в процесі виробництва. До таких відносяться фондівдача, матеріалівдача, виробіток, продуктивність, рентабельність ресурсів та ін. Але ці показники відображають ефективність використання лише окремого виду ресурсу. Та вони не дають загальну картину про

використання всього комплексу ресурсів підприємства. В той же час невирішеними залишаються питання методів оцінки економічної ефективності забезпечення ресурсами виробничої сфери підприємства.

**Список використаних джерел:**

1. Городинська Д. М. Економічна стійкість підприємства / Д. М. Городинська // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – № 10 (42). – С. 141–146.
2. Данильчук І. В. Сутність фінансового стану підприємства та пошук управлінських рішень щодо забезпечення його ефективності / І. В. Данильчук // Економічний вісник ун-ту : зб. наук. праць. – 2011. – № 17/2.
3. Карпенко Г. В. Шляхи удосконалення фінансового стану підприємства / Г. В. Карпенко // Економіка держави. – 2010. – № 1. – С. 61–62.

**ЗМІСТ**

<i>Левченко Ю. Є., Курінна І. Г.</i> Прибуток підприємства та способи його підвищення.....	3
<i>Лимаренко К. А., Кошевий М. М.</i> Підходи до визначення поняття «стратегічний потенціал підприємства».....	6
<i>Литвин В. М., Хуторський П. О.</i> Шляхи підвищення ефективності використання оборотних засобів підприємства.....	9
<i>Лихачевська А. Ю., Рябик Г. Є.</i> Підходи до оцінки стану засобів праці підприємства.....	11
<i>Ліхоносова Г. С.</i> Соціально-економічна залученість як форма інтерпретації репутації підприємства.....	14
<i>Лящук Д. В., Бикова В. Г.</i> Евристичні методи пошуку рішень як сучасний інструментарій розвитку організації.....	17
<i>Максимчук О. С., Шапран Г. О.</i> Сучасні проблеми та перспективи розвитку підприємств туристичної індустрії в Україні.....	20
<i>Малуха С. І., Хуторської П. О.</i> Сучасний стан та перспективи розвитку виставкової діяльності в Україні.....	23
<i>Махова Д. С.</i> Актуальні проблеми управління витратами компаній в сучасних умовах господарювання.....	26
<i>Мединець Н. Г.</i> Інвестиційна діяльність в Україні, її перспективи.....	29
<i>Мороз Р. С., Хуторської П. О.</i> Проблеми функціонування промислових підприємств України в сучасних умовах.....	31
<i>Нестерчук Ю. О., Новицький І. В.</i> Фактори розвитку інтегрованих структур в аграрному секторі.....	33
<i>Ольховський К. Е., Хуторської П. О.</i> Напрями зниження витрат на підприємстві в сучасних умовах господарювання.....	36
<i>Паращенко К. О., Петренко Н. А.</i> Корпоративна культура та імідж підприємства як фактор підвищення ефективності його діяльності.....	39
<i>Рудих Р. М., Величко Л. А.</i> Розробка системи стимулювання «проблемного поля» підприємства.....	42
<i>Руттер В. Ю., Хуторський П. О.</i> Поняття та сутність трудових ресурсів підприємства.....	45
<i>Самойлова Д. О., Курінна І. Г.</i> Аналіз прибутку фірми та основних факторів, що його визначають.....	47
<i>Севастьянов Р. В.</i> Проблеми оцінки синергетичного ефекту енергозбереження.....	50



---

<i>Смирнов С. О.</i> Особливості побудови системи управління витратами промислового підприємства .....	52
<i>Степаненко Н. П., Курінна І. Г.</i> Тенденції розвитку інновацій.....	56
<i>Сустатов Є. О., Хуторської П. О.</i> Джерела фінансування розвитку підприємства в умовах євроінтеграційних процесів.....	59
<i>Ткачук В. О., Біляченко К. С.</i> Критерії формування конкурентоздатного трудового колективу на підприємстві .....	62
<i>Федюкін Р. О.</i> Франчайзинг у готельному бізнесі .....	65
<i>Фортуна А. В., Рябик Г. Є.</i> Методичні засади оцінки основних засобів вітчизняних підприємств .....	67
<i>Хамза Зерігат А., Кошевий М. М.</i> Економічна сутність та управління рівнем рентабельності .....	70
<i>Хуторської П.О., Рибак А. А.</i> Галузеві особливості побудови організаційної структури малих автотранспортних підприємств .....	73
<i>Чистяк М. М.</i> Організаційно-економічні аспекти корпоративного управління у сучасних економічних умовах.....	76
<i>Чорна І. О., Дробишева О. О.</i> Інноваційна діяльність – основа підвищення конкурентоспроможності підприємства .....	79
<i>Чучукало А. С.</i> Детінізація діяльності підприємств як чинник розвитку підприємництва.....	81
<i>Юрасова Д. В., Куценко В. Й.</i> Оцінювання та забезпечення економічної ефективності діяльності підприємства .....	84

Наукове видання

Мови видання: українська, російська

ЕКОНОМІКА І МЕНЕДЖМЕНТ 2017:  
ПЕРСПЕКТИВИ ІНТЕГРАЦІЇ  
ТА ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

Збірник наукових праць  
Міжнародної науково-практичної конференції  
(Дніпро, 23–24 березня 2017 р.)

В одинадцяти томах

Том 2. Економіка підприємства: проблеми та напрями  
економічного та соціального 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.

Підписано до друку 24.03.17. Формат 60x84<sup>1</sup>/<sub>16</sub>. Спосіб друку – плоский.  
Ум. др. арк. 4,3. Тираж 100 пр. Зам. № 0317/01-3.

Видавець та виготовлювач СПД Біла К. О.

Свідоцтво про внесення до Державного реєстру  
суб'єктів видавничої справи ДК № 3618 від 06.11.09

Надруковано на поліграфічній базі видавця Білої К. О.  
Україна, 49000, м. Дніпро, пр. Д. Яворницького, 111, оф. 2

тел. +38 (067) 972-90-71

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



