

Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара
(м. Дніпропетровськ, Україна)

Запорізька державна інженерна академія (м. Запоріжжя, Україна)

Інститут економіки імені Паата Гугушвілі Тбіліського державного університету
імені Іване Джавахішвілі (м. Тбілісі, Грузія)

Університет професора доктора Асена Златарова (м. Бургас, Болгарія)

Університет управління охороною праці в місті Катовіце (м. Катовіце, Польща)

Університет прикладних наук (м. Миттвайда, Німеччина)

Університет Шербрук (м. Шербрук, Канада)

ЕКОНОМІКА І МЕНЕДЖМЕНТ 2016:
ПЕРСПЕКТИВИ ІНТЕГРАЦІЇ
ТА ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

Збірник наукових праць

Міжнародної науково-практичної конференції

(Дніпропетровськ, 14–15 квітня 2016 р.)

У дев'яти томах

Том 1. Стратегічні пріоритети розвитку
економічних суб'єктів в ХХІ сторіччі

Дніпропетровськ
Видавець Біла К. О.
2016

УДК 336
ББК 65.01
Е 45

*Затверджено на засіданні вченої ради економічного факультету
(протокол № 9 від 12.04.2016)*

ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ КОМІТЕТ

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

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

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

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

Артур Шверчак – д. е. н., професор з менеджменту Університету управління охороною праці в м. Катовіце, Польща;

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

Майкл Лафлеур – д. е. н., проректор з досліджень, директор інституту IRECUS, Університет Шербрук, Канада;

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

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

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

Е 45 Економіка і менеджмент 2016: перспективи інтеграції та інноваційного розвитку : зб. наук. праць Міжнар. наук.-практ. конф., 14–15 квіт. 2016 р. : у 9 т. – Дніпропетровськ : Біла К. О., 2016.

ISBN 978-617-645-226-3

Т. 1 : Стратегічні пріоритети розвитку економічних суб'єктів в ХХІ сторіччі. – 2016. – 104 с.

ISBN 978-617-645-227-0

У збірнику надруковано наукові праці Міжнародної науково-практичної конференції, яка відбулася 14–15 квітня 2016 року в Дніпропетровському національному університеті імені Олеся Гончара.

Для студентів, аспірантів, викладачів ВНЗів та наукових закладів.

УДК 336
ББК 65.01

ISBN 978-617-645-226-3
ISBN 978-617-645-227-0 (Т. 1)

© Авторський колектив, 2016

ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА: СТРАТЕГІЧНІ ПРІОРИТЕТИ РОЗВИТКУ В ХХІ СТОРІЧЧІ

PhD Dimitrov I. T., PhD Dimitrova A. M.

Prof. Dr. Ass. Zlatarov University, Burgas (Bulgaria)

STUDY THE STRATEGIC STRUCTURING OF LOGISTICS ACTIVITIES IN MULTINATIONAL COMPANIES

Nowadays, an effective way for Multinational companies (MNCs) to achieve global success is through deepening their value chain in foreign locations. As a consequence, logistics becomes an area of strategic importance and a source for competitive advantage, because it is of great value-added potential and best position to provide supply chain optimization in the international transaction process.

The objective of the paper is to present approach for study how MNCs structure their logistics activities in the global business environment with regard to strategic competitive performance. The main research question can be divided into several partial research questions: 1. What impacts do the variables: logistics strategy, supply and distribution structure, location determinants, and regional logistics infrastructure have on the design of MNCs' international logistics structure? 2. What strategic considerations, corresponding to the variables presented above, should be involved in the process of structuring logistics activities in MNCs?

The use of appropriate distribution channels in international markets increases the chances of success dramatically. Logistics strategy is no longer solely a functional strategy, especially in the global context. Global logistics strategy enables MNCs to meet the challenge of global competition, because it has great impacts in unifying formerly disparate responsibilities into new patterns of efficiency.

Industrial firms do not operate independently, but rather in a chain of organizations, which includes the goods flow from the extraction of raw materials via

required manufacturing processes and intermediate transports up to and including the distribution of finished products to customers. National resource conditions exert a dominant influence on a firm's competitive advantage and a firm's location.

International distribution includes various activities involved in the flow of goods from plants to customers located in different countries. These activities are categorized as: transportation, handling-in, handling-out, storage, and reconditioning. A firm's international distribution structure should be designed to guarantee the efficient organization of finished product flows.

Economies of scale can be used to determine the annual capacity and number of manufacturing plants and distribution centers. The trade-off between economies of scale in manufacturing and distribution costs would provide a good first approximation for plant capacity and plant number decisions.

An MNC's choice of its manufacturing and distribution location affects its cost competitiveness since countries may differ with respect to the availability and the price of production factors. There are three groups of plant location determinants: proximity to other network nodes, access to factors of production, and national and regional characteristics that can be applied in the design of logistics activities.

The research methodology includes interview and questionnaire. This research emphasizes the multinational companies. The interview questions are divided in two sections. First, eleven questions are discussed during the interview. Two other questions regarding the location determinants are answered by the respondents after the interview.

Section One Design International Logistics Activities includes following questions: 1. How do you look at the strategies for logistics and distribution that your company has today? 2. Do you see logistics activities as a weapon of competition? 3. How do you describe your current distribution structure? 4. How do you describe your current supply chain structure? 5. Can you basically describe your process of developing logistics and distribution strategy? 6. What is your view upon third-party services for warehousing or transportation? 7. What's your opinion about the character

of the Regional logistics infrastructure in terms of air, railroad, telecommunications, motorways and water? 8. How do you describe the necessary improvements of the existing regional logistics infrastructure with regard to the efficiency of the supply chains and the distribution chains of today? 9. How do you treat the environmental issues e.g., air pollution with regard to the existing logistic structure? 10. What do you think about building of Regional Logistic Infrastructure Centers? 11. Do you think that regional logistic infrastructure centers including different logistic companies and services would increase the coordination and efficiency of your company's logistic activities and functions?

Section Two Location Determinants includes the following questions. 1. To what degree did the following factors e.g., closeness to important markets, customers, suppliers; access to raw materials, energy, capital, labor; protected markets; tax conditions; regional trade barriers; government subsidies; exchange rate risk; language; culture; politics; labor practices and regulation; environment regulation influence your plant location decision? 2. To what degree did those factors list above influence your distribution location decision e.g., regional logistics center, international logistics center?

This paper examines approach for research of the manufacturing and logistics interaction in international manufacturing. The overall purpose is to determine the impact of a firm's globalization perception and manufacturing/logistics integration on competitive performance. In relation to this overall purpose, there are two sub-purposes. The first is to identify the major impacts of the research variables on the design of international logistics structure. The second is to identify the significant strategic considerations of global logistics strategy and evaluate relevant determinants to support MNCs' decision-making in structuring their logistics activities.

List of references:

1. Choi, C. J. Global competitiveness and national attractiveness, International Studies of Management and Organization; White Plains, Spring, 2009.
2. Grant, R. M. Contemporary strategy analysis, Blackwell Business, 2010.

3. Pfohl, H., Zöllner, W., and Weber, N. Economies of scale in customer warehouses: Theoretical and empirical analysis *Journal of Business Logistics*, Vol. 13, 2002.
4. Wood, D. F., Barone, A., Murphy, P. and Wardlow, D. L. «International logistics», New York: Chapman & Hall, 2002.

Hrybachova H. H., Bila A. A., PhD Hudym K. M.

Oles Honchar Dnipropetrovsk National University (Ukraine)

FORMATION OF FINANCIAL AND ECONOMIC ANALYSIS SYSTEM IN THE ENTERPRISE

Analysis of the company plays an important role in building effective models of management. For enterprises, which have leading economic activity, it is recommended to make financial analysis (or, results of financial and economic activity analysis) for diagnosis and crisis prevention and assessment of financial resources what can be used to create conditions for a more efficient operation.

Summarizing the results of the study of domestic and foreign scientists, the financial analysis system can be determined as a complex of diagnostic methods of the financial and economic activities of the entity [1, p. 15].

Relevance of the study of the topic is in the need to identify possible ways to create a system of analysis of financial and economic activities in connection with the adjustment to the enterprise of doing global business.

Highlighting of analysis of the financial and economic activities issues and the importance of its strategically role takes place in the works of following authors: Tatiana Kalna [1], Tatiana Bezborodova [2], Kateryna Suchkova [3], Olena Fedoruk [5], Irina Ivashkovskaya [4] and others.

Currently there are two methods of business analysis in the world's practice: accounting based approach and corporate finance based approach.

Most of Ukrainian enterprises have used the first of the abovementioned approaches. It is based on an analysis of costs and revenues, reflected in conventional pro-forma financial statements.

Tatiana Bezborodova has noted local authors' works of identify the following ways to assess the financial condition using these methods: coefficient method, a comprehensive method, integrated method, and break-even equilibrium method [2, p. 17]. In practice of foreign experts, according to Kateryna Suchkova research, ratio analysis is mainly used in certain areas and a comparative and trend analysis which includes analysis of vertical and horizontal analysis ratios [3, p. 128].

The Corporate Finance method aims to determine the increasing of the firm's value, rather than accounting profit growth, so this method has used the economic profit value for company analyzing [4].

But applying the Corporate Finance method hasn't enough spreading in Ukraine because there is necessity to create a special department of the company and to implement the specific systems of analysis what is available only in large companies. In addition, Ukraine has underdeveloped stock market which is an information source for making analysis by this method.

As the first approximation stages the strategy analysis of financial and economic activities as part of the financial strategy could be described as follows:

1. Targeting strategy of the analysis of financial and economic activity formation and choice of methods by which this analysis will be carried out.

These purposes may include: evaluation of financial and economic activity to determine the reserves to increase profitability of production and projections of future development of the enterprise and determination of the main factors what influence on the development of business [5, p. 202].

2. Preliminary analysis of financial condition of the company to specify the purpose of the strategy (analysis of current activities for further measures sanitation, liquidation, etc.), Drawing up an action plan.

3. Formation of the special department (division) in the company or mandate carrying out analysis to specialists of operating functional units.

4. Implementation of the approved strategy.

5. Implementation of control over the execution [6, p. 138].

Detailly considered the question of financial and economic activity of the enterprise, it can be concluded that the creation of a system whose purpose will be conducting this analysis is strategically important for the effective functioning of the company. After all, this analysis allows to not only identify threats that could lead to a crisis, but also to predict the direction of mobilization of resources for development and increasing competitiveness of products in the market; also through comparative analysis, we can identify the factors that should be improved in the future to capture larger market segment.

In addition, the analysis of financial-economic activity makes it possible to predict its further development and thus adjust the production program. These measures will increase the effectiveness of economic activity.

List of references:

1. Кальна Т. А. Прийоми фінансового аналізу: переваги та недоліки / Т. А. Кальна // Економічний аналіз : зб. наук. праць / Тернопільський національний економічний університет. – Тернопіль : Видавничо-поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету «Економічна думка», 2014. – Т. 15. – № 2. – С. 13–18.
2. Безбородова Т. В. Сутність та необхідність аналізу фінансового стану / Т. В. Безбородова // Економіка. Управління. Інновації. – 2014. – № 1 (11). – С. 11–18.
3. Сучкова К. М. Методика аналізу фінансового стану підприємств України / К. М. Сучкова // Управління розвитком : зб. Наук. праць. – ХНЕУ, 2013. – № 17 (157). – С. 127–129.
4. Ивашковская И. В. Стратегический финансовый анализ: Концепции / И. В. Ивашковская. – М. : Бизнес Элайнмент, 2012. – 154 с.
5. Пересада Т. М. Фінансовий аналіз як базовий інструмент пошуку шляхів забезпечення сталого розвитку сучасного підприємства / Т. М. Пересада, О. В. Федорук // Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності. – 2012. – № 1. – Т. 3. – С. 201–206.
6. Наумова Л. Ю. Фінансова стратегія економічного розвитку підприємств / Л. Ю. Наумова // Економіка суб'єктів господарювання. – 2012. – № 2 (34). – С. 134–139.

Michael Lafleur, DBA

University of Sherbrooke (Canada)

**IMPLEMENTATION OF COOPERATIVE PRINCIPLES:
CHALLENGES AND FINANCIAL MANAGEMENT ISSUES**

Principles are major leading concepts, on which the internal legal institution of the cooperative is based according to the specific historical and social conditions of the cooperation development; the principles have changed, corrected and improved.

The cooperative principles have a dual function, they:

- determine the value of the cooperative;
- contribute to the implementation of cooperative activity in the framework of specific organizational forms;

Cooperative principles represent a set of organizational, economic, ethical and other fundamentals of the cooperative activity, it is inherent in sustainability, and their immutability is not absolute but relative, they are not stable, inherent in all types and forms of the standard cooperative principles.

The main cooperative principles are the following:

- open and voluntary membership;
- democratic control using the principle «one member of the cooperative – one vote»;
- share capital of the cooperative is created only by its members;
- dividends on capital, if any, should be limited;
- cooperative profits are distributed among its members in proportion to the volume of work carried out by the cooperative;
- care for the education of the cooperative members etc.

Few studies have attempted to boot from the point of view of the cooperative identity and offer approaches and analytical tools for the cooperative reality. The model of cooperative challenges summarizes and includes eight unique

characteristics of cooperative identity. This model includes four concepts: cooperative challenge, strategic outcome, strategic action and the environment [1].

– A cooperative challenge concept in strategic terms reveals a characteristic of the cooperative identity in showing the interconnection between the particular features and how the cooperative's management is ruled in a competitive market environment.

– A strategic action concept is an activity conducted by the particular cooperative in order to put the cooperative identity in practice.

– The concept of the environment elements includes contextual variables that significantly influence the choice of strategic actions, but are beyond the immediate control of cooperation. A strategic outcome, which is the result of a series of strategic decisions, should occur on two levels of cooperation: for members and for the cooperative.

Each cooperative challenge, we presented above, is a summary based on the interrelated values and principles, which follow the «good practice». That will effectively help to meet the challenges of cooperation. The main strategic practices of the cooperatives (challenges) are presented below:

1. The governance cooperation challenge.
2. The inter-cooperation challenge.
3. The challenge of cooperative values.
4. The challenge of the value of use.
5. The challenge of community development.
6. The challenge of cooperative education.
7. The challenge of products and services.
8. The challenge of capitalization and investment.

We intentionally would like to highlight the challenge engaged in the financial management: the capitalization and investment challenge. That particular cooperative principle deals with such obstacles: return on invested capital is limited, the requirement of being a member in order to take a position on the board, investment process and capitalization is a challenge, especially as regards sourcing.

The practices listed on this challenge are the practices of the excess return and levels of action. In general, most often a cooperative does not usually return the full amount of funding excess, and most important of its various means of funding, the results of the cooperation strategy in terms of this particular challenge. Another practice identified is the popularization of information, so that cooperative managers can develop tools that explain more clearly the operation of the finance to members whose understanding of the subject is not clear. Regarding the treatment of surplus, the cooperative financial diagnostic practices are noted, so that cooperatives set their own goals of financial ratios. Finally, the investment practices aimed at the annual yield and various members' actions complement the cooperative capitalization activities.

When the cooperative develop sound practices for investment and the challenge of capitalization, they get strategic outcomes that affect the autonomy of management, such as the ability to make decisions taking into account members' interests. This further strengthens their ability to ensure their own development, by providing the necessary means to do so. It was further observed that instills members with a greater sense of belonging and responsibility of the cooperative.

It shall be recognized that an improvement in governance practices of a cooperative brings not only individual benefits but favors the whole cooperative segment [2] by improving security, reducing costs, furthering the image and strengthening the cooperative spirit of participation, collective action and belonging.

List of references:

1. Lafleur M. A model for cooperative challenges: evaluating strategy based on eight features of cooperative identity [Electronic resource] / M. Lafleur // Cooperative Grocer. – 2005. – № 116. – Available online at: www.cooperativegrocer.coop/articles/index.php?id=572;
2. Cooperative governance: guidelines for good practices of financial cooperative governance. – Banco central do Brasil. – Brasilia, 2008. – 54 p.

Prof. Dr. Veit Wohlgemuth

University of Applied Sciences HTW Berlin (Germany)

Katharina Hoehne

European University Viadrina Frankfurt (Oder) (Germany)

**THE TENSION BETWEEN DYNAMIC CAPABILITIES AND PATH
DEPENDENCE: EFFECTS OF STAKEHOLDER MANAGEMENT**

Dynamic capabilities, an organization's «capacity [...] to purposefully create extend or modify its resource base»[15: 1] appear to be highly relevant to maintaining a competitive advantage. The concept of path-dependence can be characterized as complementary, but opposite to dynamic capabilities, namely the firm's inability to adjust but rather to stabilize processes and routines based on prior events and decisions [23]. Somewhat surprisingly, research focused on dynamic capabilities only rarely draws on insights from the organizational path-dependence literature (e.g. [7; 12; 17]). This might however be supportive as the concept of dynamic capabilities is not fully developed yet and progress could lead to major breakthroughs in research and practice [14]. We intend to merge the conversations by investigating the purposeful effort of organizations to position themselves in a continuum between the two extremes of total adaptability and a lock-in situation. In our paper, we argue that stakeholders might play a crucial role as they heavily influence organizational sense-making and the goals pursued [11]. Our specific research questions are: 1) How and to what degree does the common purpose, shaped by stakeholders, affect the organization's position in the continuum between a dynamic or path-dependent direction? and 2) How can an organization purposefully change its positioning through the active stakeholder management?

Our understanding of dynamic capabilities is influenced by Weick's [26] work on flexibility and common purpose. Following his outline, total flexibility of an organization is unlikely to exist for long as it has a disruptive effect on the organization. Instead, even a generally flexible structure must entail some stable elements that

create a sense of continuity and identity needed to maintain the organization and give direction to employees. This might for example be a shared purpose or vision that influences behaviors and preferences [13]. Nevertheless, the common purpose might also be a boundary condition for dynamic capabilities. Everything beyond the common purpose might either be a strategic blind-spot or, in case it is considered, it might risk the organization's survival by jeopardizing the shared ground. Despite conceptualizations in the literature that point towards a more or less universal adaptability (e.g. [25]), we therefore hold the view that adjusting to every situation is more of an ideal state at the end of a continuum rather than a real life phenomenon. To be clear, we still argue that an organization can come very close to that ideal. However, instead of attributing dynamic capabilities in empirical research, which has been criticized as unfeasible by Arend&Bromiley [3], we suggest attributing degrees of proximity to fully effective dynamic capabilities.

The lock-in situation described in the path-dependence literature, whereby an organization becomes unable to change or adjust due to prior specialization and a time-dependent, gradually reduced scope of action [23], could be placed at the opposite end of this continuum. *Ceteris paribus*, the common ground arises and is confirmed among all involved actors, and group think could be a consequence [10]. Behavior «outside the box» would be disruptive and the organization is hence «locked in».

Nevertheless, the purpose of an organization is not necessarily stable itself, but it can be subject to change [6]. What creates and changes the common purpose and the goals of an organization lies therefore at the very heart of the flexibility/rigidity debate. Stakeholders create and give meaning to organizations (e.g. [11]) and might be a crucial driver of an organization's common purpose. From a stakeholder theory perspective, a firm can be described as «an organizational entity through which numerous and diverse participants accomplish multiple, and not always entirely congruent, purposes» [9: 70]. Thus, objectives that are commonly desired among stakeholders define the purpose of an organization. Stakeholders are however not equally powerful as not all of them provide critical resources to the organization [20],

legitimize their activities [18][22], or strongly affect their success (see e.g. [5]). Powerful stakeholders can serve as facilitators and even as a source for innovation [4; 21], but might also demand isomorphic behavior [8].

Our paper is designed as a discussion paper. We plan to first discuss how stakeholders can influence the common purpose resulting in a more or less extended scope of (legitimized) action and how this could be tested empirically. We thereby draw on the path-dependence and dynamic capability literature to merge the research conversations and expose what they respectively might have left unexplored so far. Moreover, we assess how stakeholder management such as the identification of, as well as the communication and negotiation with most relevant groups, might serve as a tool for organizations to influence the common purpose [1; 16] and navigate internal capabilities into a more dynamic or more path-dependent direction. Both directions are possible. To provide an example: Innovative organizations can use communication tools such as discussion platforms, opinion surveys, or stakeholder dialogues to capture environmental signals early. These inputs can serve as a valuable source for the organization's sensing [24]. A proactive stakeholder management therefore appears to avoid path-dependence and support dynamic capabilities. However, as interests among stakeholders differ, some might not be willing to adjust and seizing procedures [24] can become prolonged and complex. Organizations tend to prioritize interests here due to resource-dependence [20], stakeholder power [19], or inertia. A consistent prioritization of stakeholders, in turn, limits dynamic capabilities and is more likely to lead to path-dependence.

We seek to contribute to the dynamic capabilities literature by explaining the role of stakeholders as potential drivers for but also possible opponents to the development of dynamic capabilities. Investigating stakeholder management as an instrument to change an organization's position from being rather path-dependent to being rather dynamic might provide an additional microfoundation to the literature on dynamic capabilities, which desperately seeks studies to resolve debates on the foundations of the construct [2]. A better understanding of the relationship

between stakeholder management and organizational purpose might also be valuable for practitioners that are willing to develop dynamic capabilities and stay off the beaten path. Nevertheless, we also emphasize that managers should be aware of the fact that overambitious flexibility may threaten the organization's survival by jeopardizing the common ground.

List of references:

1. Aaltonen K. Response strategies to stakeholder pressures in global projects / K. Aaltonen, R. Sivonen // *International Journal of Project Management*. – 2009. – № 27. – P. 131–141.
2. Ambrosini V. What are dynamic capabilities and are they a useful construct in strategic management? / V. Ambrosini, C. Bowman // *International Journal of Management Reviews*. – 2009. – № 11. – P. 29–49.
3. Arend R. J. Assessing the dynamic capabilities view: Spare change, everyone? / R. J. Arend, P. Bromiley // *Strategic Organization*. – 2009. – № 7. – P. 75–90.
4. Ayuso S. Using stakeholder dialogue as a source for new ideas: A dynamic capability underlying sustainable innovation / S. Ayuso, M. Á. Rodríguez, J. E. Ricart // *Corporate Governance*. – 2006. – № 6. – P. 475–490.
5. Berman S. L. Does stakeholder orientation matter? The relationship between stakeholder management models and firm financial performance / S. L. Berman, A. C. Wicks, S. Kotha, T. M. Jones // *Academy of Management Journal*. – 1999. – № 42. – P. 488–506.
6. Danneels E. Trying to become a different type of company: Dynamic capability at Smith Corona. / E. Danneels // *Strategic Management Journal*. – 2011. – № 32. – P. 1–31.
7. David P. Clio and the economics of QWERTY / P. David // *American Economic Review*. – 1985. – № 75. – P. 332–337.
8. DiMaggio P. J. The iron cage revisited: Institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields / P. J. DiMaggio, W. W. Powell // *American Sociological Review*. – 1983. – P. 147–160.
9. Donaldson T. The stakeholder theory of the corporation: Concepts, evidence, and implications / T. Donaldson, L. E. Preston // *Academy of Management Review*. – 1995. – № 20. – P. 65–91.
10. Esser J. K. Alive and well after 25 Years: A review of groupthink research / J. K. Esser // *Organizational Behavior & Human Decision Processes*. – 1998. – № 73. – P. 116–141.
11. Freeman R. E. *Strategic management: A stakeholder approach* / R. E. Freeman – Marshfield : Pitman, 1984. – 292 p.
12. Garud R. Path dependence or path creation? / R. Garud, A. Kumaraswamy, P. Karnøe // *Journal of Management Studies*. – 2010. – № 47. – P. 760–774.
13. Ghoshal S. Bad for practice: A critique of the transaction cost theory / S. Ghoshal, P. Moran // *Academy of Management Review*. – 1996. – № 21. – P. 13–47.
14. Helfat C. E. Understanding Dynamic Capabilities: Progress along a developmental path / C. E. Helfat, M. A. Peteraf // *Strategic Organization*. – 2009. – № 7. – P. 91–102.
15. Helfat C. E. *Dynamic capabilities: understanding strategic change in organizations* / C. E. Helfat, S. Finkelstein, W. Mitchell, M. A. Peteraf, H. Singh, D. J. Teece, et al. – Malden, MA : Blackwell, 2007. – 1160 p.
16. Helin S. «Like a battalion of tanks»: A critical analysis of stakeholder management / S. Helin, T. Jensen, J. Sandström // *Scandinavian Journal of Management*. – 2013. – № 29. – P. 209–218.
17. Koch J. Inscribed strategies: exploring the organizational nature of strategic lock-in / J. Koch // *Organization Studies*. – 2011. – № 32. – P. 337–363.

18. Meyer J. W. Institutionalized organizations: Formal structure as myth and ceremony / J. W. Meyer, B. Rowan // *American Journal of Sociology*. – 1977. – № 83. – pp. 340–363.
19. Mitchell R. K. Toward a theory of stakeholder identification and salience: Defining the principle of who and what really counts / R. K. Mitchell, B. R. Agle, D. J. Wood // *Academy of Management Review*. – 1997. – № 22. – P. 853–886.
20. Pfeffer J. The external control of organizations: A resource dependence perspective / J. Pfeffer, G. R. Salancik. – New York, NY : Harper and Row, 1978. – 336 p.
21. Postema T. A model to evaluate stakeholder dynamics during innovation implementation / T. Postema, A. Groen, K. Krabbendam // *International Journal of Innovation Management*. – 2012. – № 16. – P. 41–54.
22. Suchman M. C. Managing legitimacy: Strategic and institutional approaches / M. C. Suchman // *Academy of Management Review*. – 1995. – № 20. – P. 571–610.
23. Sydow J. Organizational path dependence: Opening the black box / J. Sydow, G. Schreyögg, J. Koch // *Academy of Management Review*. – 2009. – № 34. – P. 689–709.
24. Teece D. J. Explicating dynamic capabilities: the nature and microfoundations of (sustainable) enterprise performance / D. J. Teece // *Strategic Management Journal*. – 2007. – № 28. – P. 1319–1350.
25. Teece D. J. Dynamic capabilities and strategic management / D. J. Teece, G. Pisano, A. Shuen // *Strategic Management Journal*. – 1997. – № 18. – P. 509–533.
26. Weick K. E. Management of organizational change among loosely coupled elements / K. E. Weick; in P. S. Goodman (Edition) *Change in organizations: New perspectives in theory, research, and practice*. – San Francisco : Jossey-Bass, 1982 – P. 375–408.

PhD Vlasenko Maryna

Oles Honchar Dnipropetrovsk National University(Ukraine)

INTELLECTUAL ENTREPRENEURSHIP IN THE CONTEXT OF KNOWLEDGE-BASED ECONOMY

Knowledge-based economy has emerged in the era of the fifth technological order, and its further development is associated with new technology achievements. Within the knowledge-based economy the production of knowledge is added to the traditional production. It is represented by a huge complex, which includes universities, the patent system, fundamental and applied science, and also research and development. The activities that are closely linked with science and high technology occupy a sufficient share in the sectoral structure of a country's economy.

Large-scale application of new technologies has led to the emergence and spread of new organizational forms of entrepreneurship and business (which are based on knowledge), new organizational forms of interaction among government, business

and the community [1]. But it is necessary to make a distinction among such concepts as «knowledge entrepreneurship», «academic entrepreneurship» and «intellectual entrepreneurship».

Knowledge entrepreneurship [2] is focused on the improvement of scientific research, production and use of knowledge. It is considered as the most appropriate form of business for non-profit organizations in the field of education and it is embodied in the model of Research University. The essence of the latter is the integration of the educational process and fundamental research.

Academic entrepreneurship was developed at the end of the industrial era (in the 1980s.) as a strategy for commercialization of scientific knowledge. The main entity of the academic entrepreneurship is an Entrepreneurial University – a university that not only interacts with industry, but also is able to commercialize the results of its research activities, that is, to make profits and to attract additional financial resources [3]. The US experience indicates two models of Entrepreneurial University. The first model is the University-Entrepreneur, whose departments and faculties offer new scientific and educational products to the market. The second model – the University-Entrepreneur, which gives teachers, students and graduates the opportunity to enter the global markets with innovative companies they founded. Stanford and Berkeley Universities (California, USA) represent the second model: carrying out the orders of large corporations and the Pentagon they, in fact, created a world center of high technology, known as the «Silicon Valley».

In the context of the intellectual entrepreneurship universities, together with teaching and research activities, participate in social and economic development of the region and the country, and also in the creation of knowledge-based economy. The concept of intellectual entrepreneurship consists of three components: intellectualism, entrepreneurship and academia[4] This approach reflects a narrow view on the interpretation of intellectual entrepreneurship concept according to which it means a special kind of intellectuals' entrepreneurial activity who provide socially oriented sophisticated knowledge-based and high-tech products, while are guided

not only by economic gains (profit), but also the goals of self-realization and spiritual and moral reference points. Richard Cherwitz, the author of the intellectual entrepreneurship concept, considers it as the development, integration and efficient use of intellect and talents where they are concentrated to promote the scientific, cultural, political, social and economic changes [5]. It allows implementing of such concepts as «Cultural Entrepreneur», «Social Entrepreneur», and «Political entrepreneur» into the academic circulation.

Intellectual entrepreneurs discover the need for new ideas, political decisions or educational programs, and have the talent and desire to attract and allocate resources to meet these needs. They create «Think Tanks, which produce such specific goods and services as scientific research, education, advocacy and networking (here «networking» means social and professional activities aimed at quick and efficient solving of complex life problems with the help of a circle of friends and acquaintances, in other words – building business relationships in order to obtain certain benefits in the future). «Do Tanks» are focused on the creation of specific products or the achievement of concrete results [6]. Intellectual entrepreneurship is the most common spread in a sphere of research and development, creative industries, management and consulting, education, staff training, information services [7].

Intellectual entrepreneurship should have the same specific talents as businessmen. However, intellectual entrepreneurship is not just a set of specific talents and abilities of an entrepreneur, which are necessary for conducting business in an economy based on knowledge. This is the ability to organize a joint work of knowledge workers, to provide them with the access to the expertise, knowledge and information. As the result, it creates conditions for new opportunities and fosters innovation.

List of references:

1. Сафиуллин А. Р. Новое качество субъекта в условиях развития новой экономики / А. Р. Сафиуллин // Экономический анализ: теория и практика. – 2013. – № 23 (326). – С. 25–35.
2. Harvey L. Transforming higher education / L. Harvey, P. Knight. – Buckingham [England]; Bristol, Pa. : Society for Research into Higher Education: Open University Press, 1996. – 223 p.
3. Etzkowitz H. Entrepreneurial science in the academy – a case of the transformation of norms / H. Etzkowitz // Social Problems. – 1989. – № 36 (1). – P. 14–29.

4. Johannisson B. Intellectual entrepreneurship: Emerging identity in a learning perspective / B. Johannisson, S. Kwiatkowski, T. Dandridge // Knowledge café for intellectual entrepreneurship / S. Kwiatkowski, L. Edvinsson (Eds.). – Warsaw : LeonKozminskiAcademy of Entrepreneurship and Management, 1999. – 204 p. – pp. 29–46.
5. Cherwitz R. A. Intellectual entrepreneurship as a platform for transforming higher education / R. A. Cherwitz, G. D. Beckman // Metropolitan Universities. – 2008. – № 19 (3). – P. 88–101.
6. Chafuen A. The talents of intellectual entrepreneurs [Електронний ресурс] / A. Chafuen // Forbes. – 07.01.2015. – Режим доступу : <http://www.forbes.com/sites/alejandrochafuen/2015/01/07/the-talents-of-intellectual-entrepreneurs>
7. Полещенко К. Н. Интеллектуальное предпринимательство: понятийный и образовательный аспекты / К. Н. Полещенко, Е. В. Верхогляд // Вестник Омского университета. – 2011. – № 2. – С. 334–338.

Базилевська Ю. В., к. е. н. Хуторської П. О.

Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ОПЛАТИ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Організація оплати праці виступає однією із центральних проблем системи трудових відносин. Актуальність цього питання обумовлюється не лише його безпосереднім впливом на рівень оплати праці персоналу, а і на кінцеві результати господарської діяльності підприємства загалом. Правильна організація механізму оплати праці сприяє створенню не лише результативних стимулів до праці, підвищення рівня її якості, продуктивності та ефективності усього виробництва загалом. Вона також впливає на соціально-економічний розвиток усієї країни та значною мірою визначає рівень життя населення.

Залежно від основного показника, виділяють дві групи, які мають назву форми заробітної плати. Відмінність між формами і системами оплати праці обумовлюється використанням різних способів обчислення заробітку в залежності від якісних і кількісних результатів праці не тільки самого працівника, а й фірми в цілому. Підприємства у різних галузях господарства і різних масштабах діяльності, використовують різноманітні форми і системи оплати праці, однак найпопулярнішими є відрядна, погодинна та тарифна форми.

Суттю відрядної системи є оплата праці на основі кількісного вимірювання результатів, тобто оплата за кількість виробленої працівником продукції, виконаних робіт чи наданих послуг. Існує низка варіантів даної системи, а саме відрядно-преміальна, непряма-відрядна, відрядно-прогресивна, колективна відрядна та акордна [2].

Якщо визначення грошової винагороди працівника відбувається на основі кількості відпрацьованого часу, то має місце погодинна система оплати. Різновидами цієї форми є проста погодинна, погодинно-преміювальна та система посадових окладів.

Більш складною з точки зору факторів, які приймаються до уваги при визначенні результатів праці є тарифна система. У разі застосування такого механізму нарахування заробітної плати за основу береться та сума, яка визначається залежно від рівня кваліфікації працівника, шкідливих і небезпечних умов праці, а також районних, міжгалузевих та внутрішньозаводських особливостей [3].

Базою виступає система нормативних документів, які характеризують якісні особливості різної конкретної праці. Такий підхід дозволяє порівнювати між собою різні види праці, враховувати їхню складність. Таким чином, тарифна система відображає питання поділу праці робітників за професією, фахом та кваліфікацією.

В останні роки підприємства і організації все більше уваги приділяють проблемі пошуку нових форм оплати праці. Це обумовлено нездатністю традиційних механізмів на достатньому рівні сприяти підвищенню ефективності господарської діяльності. Перевагою нетрадиційних систем є їх простота, яка полягає у зрозумілості механізму нарахування грошової винагороди кожного працівника, наслідком чого є зростання значущості стимулюючої функції заробітної плати.

Сьогодні матеріальне стимулювання посідає провідну роль серед механізмів управління персоналом. У багатьох країнах мотиваційні аспекти управління

персоналом підприємств і організацій набули великого значення. В сучасних умовах розвитку ринкових відносин на багатьох підприємствах ці завдання непогано вирішує гнучка безтарифна система.

Гнучкість даної системи виражається у її здатності трансформуватися відповідно до практично будь-яких завдань оперативного планування і стимулювання. Безтарифність, як властивість системи, проявляється у тому, що визначення базових параметрів заробітної плати, а саме ставок, окладів, тарифів та мінімальних зарплат відбувається на основі характеристик регіональної кон'юнктури ринку, характеру, цілей і завдань конкретного бізнесу та політики керівництва підприємства у сфері кадрів.

Впровадження застосування гнучкої системи оплати праці для визначення результатів діяльності працівників має ряд переваг, серед яких основними є підсилення мотиваційної функції заробітної плати та необмежений вплив на стимулювання ефективної і високопродуктивної праці [1].

Необхідною умовою вдосконалення організації системи оплати праці є використання комп'ютерного обліку. Цей інструмент надає можливість підвищити оперативність і якість аналізу витрат, визначити розрахункові операції, мінімувати ймовірність помилок через відмову від ручного способу розрахунку. Значною перевагою даного методу є точність нарахувань зарплати персоналу підприємства та переказів обов'язкових платежів відповідним організаціям.

Вдосконалення організації механізму оплати праці неможливе без покращення тарифної системи шляхом встановлення співвідношень тарифних ставок залежно від рівня кваліфікації робітників. Тобто тарифна система повинна бути адекватною та врівноваженою. Окрім цього, на підприємстві буде доцільною розробка внутрішньовиробничих тарифних умов оплати праці, яку будуть виступати у якості факторів підвищення мотивувальної та стимулюючої ролі тарифних систем. Останнім фундаментальним внеском у процес удосконалення системи може стати впровадження колективного регулювання заробітної плати.

Список використаних джерел:

1. Димеденко І. Оцінка системи оплати праці та шляхи її удосконалення на промисловому підприємстві / І. Димеденко, К. Димеденко // Економічний аналіз. – 2012. – Вип. 10. – Ч. 4. – С. 73–76.
2. Колот А. М. Мотивація, стимулювання, оцінка персоналу : навч. посіб. / А. М. Колот. – К. : КНЕУ, 2011.
3. Покатаєва О. В. Шляхи вдосконалення системи оплати праці на підприємстві / О. В. Покатаєва, Г. О. Кошулинська // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. – 2011. – № 3. – С. 139-141.

Безверха І. І.

Національна академія наук України

**ЛОГІСТИЧНІ ДЖЕРЕЛА ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ
ПІДПРИЄМСТВ МЕТАЛУРГІЇ
В УМОВАХ ДИНАМІЧНОГО СЕРЕДОВИЩА**

Конкуренція є основним економічним механізмом ринкової економіки [9]. З економічної точки зору конкуренція означає суперництво за ресурси виробництва і робітничий капітал, а перш за все – за ринки збуту. Дії підприємств у напрямку забезпечення конкурентоспроможності спрямовуються до здобуття частки ринку і її збільшення шляхом формування конкурентних переваг.

Аналіз конкурентоспроможності підприємств передбачає визначення конкурентоспроможності певних об'єктів, а також чинників, що на неї впливають. В результаті можна відокремити види конкурентоспроможності, які пов'язані певними причинно-наслідковими зв'язками:

- реальна (підсумкова) конкурентоспроможність підприємства;
- конкурентоспроможність підприємства, визначена його клієнтами;
- конкурентоспроможність засобів та навичок підприємства;
- конкурентоспроможність системи функціонування економіки (рівень господарської свободи);
- конкурентоспроможність чинників виробництва країни і регіону.

Серед джерел конкурентоспроможності виділяються [1; 3; 4]:

– виробничі – конкурентоспроможність підприємства виникає з цінового лідерства або/та вищої якості; цінові переваги можуть виникати з: зовнішніх причин, пов'язаних з позицією підприємства в оточенні, або внутрішніх причин, пов'язаних з ефективним розподілом та використанням наявних ресурсів;

– логістичні – конкурентоспроможність підприємства виникає з нижчої вартості та вищої якості (швидкості, надійності, багатоваріантності) транспортування, складування, розподілу та обслуговування покупців;

– маркетингові – конкурентоспроможність підприємства виникає з кращого розпізнавання потреб ринку і кращого пристосування продукту а також його розподілу на ринку відповідно до визначених потреб;

– технологічні – конкурентоспроможність підприємства виникає з технологічної першості, досягнутої завдяки: науково-дослідним роботам, технологічним та продуктовим інноваціям, креативності працівників;

– місце на ринку: бренд, патенти, репутація – конкурентоспроможність підприємства виникає з лояльності покупців перед брендом і унікальністю продукту;

– унікальність підприємства і його продукції – конкурентоспроможність підприємства виникає з досягнення позиції міні-монополії через, наприклад, ефективну диференціацію продукту;

– якість управління – рівень підготовки та професійність управлінських кадрів, знання, навички, вміння менеджерів підприємства, креативний підхід до вирішення проблем управління тощо.

– знання та інформація – значну роль відіграють наявні знання стосовно процесів виробництва, продукту, інформаційних систем, покупців тощо.

– управління часом – здатність до швидшого ніж конкуренти реагування на ринкові зміни, вміння діяти в довшому часовому горизонті, планувати, прогнозувати.

У результаті задіяння певного комплексу з перелічених джерел конкурентоспроможності, формуються конкурентні переваги підприємства, сутність яких

зводиться до того, що підприємство робить щось краще, завдяки чому досягає кращих результатів.

Розглядаючи концепцію конкурентоспроможності підприємств металургії в динамічному контексті, можна стверджувати, що сучасне, динамічне оточення обумовлює відхід від побудови конкурентних переваг на основі більш традиційних внутрішніх джерел (прості переваги, що виникають з низьких витрат факторів виробництва) до логістичних джерел, які, за сучасних умов, постійно еволюціонують, від простих, що у традиційному розумінні визначаються зменшенням вартості транспортування та складування, до більш складних та унікальних способів формування логістичних мереж, систем, логістичного підходу до організації управління процесами на металургійному підприємстві на основі логістичного підходу.

Розгляд логістики в якості фактору, що сприяє впровадженню дієвих рішень, спрямованих на підвищення конкурентоспроможності підприємств металургії передбачає, що наслідки таких рішень в цій області повинні піддаватися виміру в плані їх дії на функціональні та логістичні витрати і на доходи від ефективного використання ресурсів.

В цілому, логістики чинить значний вплив не лише на пряму свою складову – логістичні процеси та процедури, але і на створення конкурентних переваг підприємства металургії за рахунок [2; 5; 6]:

- 1) контролю відповідності якості товару сформованому замовленню;
- 2) організації забезпечення доставки продукції в призначений термін;
- 3) скорочення часу виконання замовлення;
- 4) швидкості реагування на потреби клієнта (зміни в середовищі);
- 5) впровадження оптимальних для клієнта умов постачання;
- 6) використання розмірів і видів вантажної одиниці доставки відповідно до вимог клієнтів;
- 7) точності комплектації асортиментних позицій в замовленні;
- 8) підвищення якості обслуговування;

9) організації гарантійного обслуговування;

10) підтримки товарних запасів у клієнта на рівні поточних запасів тощо.

Кожен з перелічених вище аспектів впливу логістики на діяльність підприємства може повноцінно розглядатись як джерело формування конкурентних переваг металургійного підприємства. Так, один з найважливіших чинників конкурентоспроможності саме металургійних підприємств – мінімізація витрат, може розглядатись в контексті процесу скорочення логістичних витрат, що забезпечує в свою чергу скорочення загальних витрат, та є однією з основних цілей логістики. З цих позицій логістика також стає інструментом створення «цінності для клієнтів». Скороченню величини загальних витрат логістика сприяє завдяки [2]:

- зниженню витрат, пов'язаних з виконанням замовлення на складі;
- скороченню собівартості вантажопереробки у постачальника;
- зменшенню витрат на доставку;
- скороченню власних товарних запасів на складі тощо.

Використання логістичних процедур дозволяє істотно покращати обслуговування клієнтури, скоротити термін доставки вантажів, підвищити ефективність використання транспорту, приймати науково-обґрунтовані рішення при рішенні наступних завдань [7; 8]:

- визначення структури потреб;
- координація і взаємодія різних видів транспорту;
- розробка програм міжнародного економічного співробітництва;
- створення транспортних коридорів;
- проектування і будівництво терміналів;
- проведення науково – обґрунтованої тарифної і митної політики;
- прогнозування вантажопотоків;
- розробка і впровадження нових інформаційних і програмних технологій з використанням сучасних телекомунікаційних систем і засобів;
- визначення об'ємів транзитних вантажопотоків тощо.

Для цього логістика повинна використати усі можливі варіанти оптимізації наявних ресурсів. Зокрема, кроком на шляху вдосконалення організації управ-

ліній постачанням на підприємствах металургії є застосування процесного підходу до управління закупівельною діяльністю і ініційована цим підходом поява матричних і процесно-орієнтованих структур логістики і постачання.

Отже, логістичні джерела конкурентних переваг металургійного підприємства є одними з найпріоритетніших в динамічних умовах сучасного середовища функціонування даних підприємств. Вони виникають з багатьох процесів, які дане підприємство здійснює в сфері проектування, виробництва, маркетингу, продажів і підтримки свого продукту, та можуть бути проаналізовані через дослідження ланцюга створення цінності продукції металургійного підприємства. З метою реалізації своїх функцій кожен з цих процесів потребує задіяння чинників виробництва, людських ресурсів, певних технологій а також інформації. Кожен з процесів підприємства, що створює вартість, може бути джерелом конкурентної переваги, тому підприємство повинне аналізувати, безперервно вдосконалювати процеси, їх вартість та ефективність.

Список використаних джерел:

1. Азоев Г. Л. Конкурентные преимущества фирмы / Г. Л. Азоев, А. П. Челенков. – М. : ОАО «Новости», 2000. – 255 с.
2. Гончаров П. П., Повышение конкурентоспособности предприятий за счет снижения логистических затрат / П. П. Гончаров, И. А. Федорова // Экономика и Право. – 2012. – № 4. – С. 26.
3. Космина О. М. Конкурентоспроможність і конкурентні переваги підприємства в сучасних ринкових умовах / О. М. Космина // Вісник Дніпропетровського університету. – 2013. – № 17. – С. 125–131.
4. Кулінічев П. К. Оцінка факторів впливу на конкурентну позицію підприємства / П. К. Кулінічев // Вісник НТУ «ХП». – 2013 – № 45(1018) – С. 69–75.
5. Макогон Ю. В. Криза у світовій економіці: стратегічні пріоритети металургії України / Ю. В. Макогон, М. Г. Шпундра // Стратегічні пріоритети. – 2009. – № 1(10). – С. 86–95.
6. Рожков В. О. Оцінка резервів зростання конкурентоспроможності металургійного підприємства / В. О. Рожков // Економічний простір. – 2009. – № 21. – С. 220–226.
7. Сток Дж. Р. Стратегическое управление логистикой / Дж. Р. Сток, Д. М. Ламберт; пер. с 4-го англ. изд. – М. : ИНФРА-М, 2005. – 797 с.
8. Ткачова А. В. Кластерний аналіз металургійних підприємств на основі виробничих, фінансово-економічних та логістичних показників діяльності [Електронний ресурс] / А. В. Ткачова // Вісник Запорізького національного університету. – 2012. – №1 (13). – Режим доступу : <http://web.znu.edu.ua/herald/issues/2012/eco-1-2012/037-44.pdf>
9. Хайек Ф. А. Познание, конкуренция и свобода : антол. соч. : пер с англ. / Ф. А. Хайек ; сост.: Д. Антисери, Л. Инфантино. – СПб. : Пневма, 2012. – 288 с.

Бичек В. Г., д. е. н. Гринько Т. В.

Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

СТРАТЕГІЧНА РОЗВІДКА ЯК НЕВІД'ЄМНА ЧАСТИНА СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ У СУЧАСНИХ РИНКОВИХ УМОВАХ

Більшість великих компаній, які займають певну нішу на ринку, завжди в своїй діяльності враховують тенденції розвитку ринку. В основі їх прогнозів майбутнього розвитку полягають такі стандартні методи як: методи сценарного планування, аналіз ринку споживачів та конкурентів, розробка стратегічних планів компанії. Інші спрямовують увагу на дослідження перспектив розвитку ринку споживачів та змін їх смаків і потреб у майбутньому. Однак в сучасних умовах, коли доступ до інформації стає все більш можливим для широкого кола економічних суб'єктів, більшість американських і європейських компаній почали розвивати такий напрям, як стратегічна розвідка та конкурентна розвідка.

Стратегічна розвідка – розвідувальна діяльність з метою отримання інформації про стратегічний потенціал та стратегічні наміри розвідувальної держави, організації або іншої соціальної спільноти, що впливає на вироблення стратегії [1].

Як стверджують лідери компаній як у Європі так і в США, розвиток і створення відділів конкурентної розвідки – це веління часу і єдиний спосіб лишитися «на плаву» в умовах сучасного конкурентного середовища. Так, відомий спеціаліст у сфері конкурентної розвідки, Ларрі Каханер [2] стверджував: «Ми вже живемо не в століття інформації, а у вік розвідки».

При створенні відділу конкурентної розвідки необхідно чітко розуміти які функції він буде виконувати, і які можливості це може відкрити для компанії. Більшість суб'єктів господарювання до основних функцій відділу конкурентної розвідки відносять:

- збір та аналітична обробка інформації про переваги і слабкі сторони конкурентів компанії;

На цьому етапі відбувається збір інформації про конкурентів, можливі тенденції їх розвитку та спаду.

- розвідка за певними напрямками та цілями;

Тут проводиться аналіз перспективи розвитку ринку, технологій, нових можливостях на старих та можливих нових ринках.

- аналіз методів стратегічного управління конкурентів;

Необхідно провести аналіз управлінських стратегічних і оперативних рішень в тих чи інших ситуаціях, та використання даного досвіду, щоб попередити можливі неприємності, або навпаки пришвидшити розвиток очікуючи певних результатів і бути готовими до них.

- структурування інформації та донесення її до вищого керівництва з стратегічними рекомендаціями.

На завершальному етапі необхідно систематизувати та проаналізувати отримані дані та винести їх на розгляд керівництва та спеціалістів фірми для прийняття стратегічного рішення виходячи з конкурентної розвідки.

Весь пакет розвідувальних даних повинен регулярно розглядатись і враховуватись при прийнятті стратегічних рішень.

На території України, як термінологія так і введення конкурентної розвідки почали набирати популярності відносно нещодавно. Найбільшим «гальмом» для розвитку цього напрямку на території України є консервативні погляди на радикально нові підходи у плануванні ті розробці стратегічних планів, розвитку стратегічної розвідки, збору та аналізі інформації. Тому що процес створення відділу конкурентної розвідки доволі важкий і матеріально затратний та потребує чіткого розуміння того, яких перспектив розвитку в майбутньому може принести конкурентна розвідка у майбутньому. Якісна стратегічна розвідка може надати чітке розуміння пропозицію фірми відносно конкурентів і спростити прийняття стратегічних рішень, завдяки аналізу конкурентів, їхніх сильних і слабких сторін, ринків збуту та постачальників.

Одним із найбільш розповсюджених видів стратегічної розвідки, який використовують на практиці українські підприємства є бенчмаркінг.

Бенчмаркінг (англ. Benchmarking) – це процес пошуку стандартного чи еталонного економічно ефективнішого підприємства-конкурента з метою порівняння з власним та переймання його найкращих методів роботи.

Бенчмаркінг – безупинний систематичний пошук і впровадження найкращих практик, що приведуть організацію до досконалішої форми. Дієвий інструмент для визначення становища компанії порівняно з іншими, подібними за розмірами та сферою діяльності, організаціями [3].

Даний вид конкурентної стратегії передбачає не тільки співставлення з конкурентами, а й вивчення їхнього успішного досвіду господарювання. Для закріплення лідируючих позицій на ринку, необхідно зосередитись на основних аспектах які дозволяє покращити ця стратегічна розвідка, а саме:

- розробити продукцію, показники якості якої переважають показники аналогів;
- унікальну властивість;
- бездоганний рівень сервісу та обслуговування.

Отже, впровадження стратегічної розвідки як системного інструменту стратегічного управління в діяльність вітчизняних підприємств допоможе підприємствам забезпечити високий рівень конкурентоспроможності, закріпити та розширити свої позиції на ринку, надасть можливість для подальшого розвитку, і відкриє шлях не тільки до нових ринків збуту та пошуку клієнтів на території України а й далеко за її межами.

Список використаних джерел:

1. Стратегічна розвідка [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://uk.wikipedia.org/wiki/Стратегічна_розвідка
2. Каханер Л. «Competitive Intelligence» (Kahaner, L. Competitive Intellegense. Simon & Schuster), 1997р.
3. Бенчмаркінг [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://uk.wikipedia.org/wiki/Бенчмаркінг>
4. Гринько Т. В. Формування стратегії розвитку вітчизняних підприємств / Т. В. Гринько // Прикладна статистика: проблеми теорії та практики : зб. наук. праць. – 2013. – Вип. 12. – С. 67–73.

Бобко Н. А., Глушенко А. Є.

Запорізька державна інженерна академія (Україна)

ОЦІНЮВАННЯ СТАНУ ТА ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ПІДПРИЄМСТВА

Для успішної виробничої й інвестиційної діяльності підприємств, досягнення ними цілей тактичного та стратегічного розвитку при не стабільності вітчизняного виробництва та відтворювального процесу в цілому, оцінка показників рівня ефективності основних засобів займає істотне місце в системі комплексного аналізу діяльності підприємств.

На основі дослідження різноманітних підходів до оцінювання рівня стану й ефективності необоротних активів підприємства виділяють такі показники:

- узагальнюючі – фондоддача; фондомісткість; фондоозброєність праці; фондорентабельність; коефіцієнти оновлення, вибуття та приросту основних фондів;
- часткові – коефіцієнти екстенсивного, інтенсивного, інтегрального навантаження устаткування; резерв виробничої потужності; коефіцієнт змінності праці обладнання.

Фондоддача та фондомісткість є найзагальнішими аналітичними ознаками ступеня ефективності використання профільних активів. Співвідношення чистого доходу від реалізації продукції на 1 грн. основних засобів відображує фондоддачу. Фондомісткість визначається як співвідношення вартості основних засобів до чистого доходу від реалізації продукції [5, с. 16].

Важною характеристикою забезпеченості підприємства основними фондами є фондоозброєність праці. Вона визначається співвідношенням вартості основних засобів до чисельності персоналу підприємства. Фондорентабельність визначається співвідношенням фінансового результату від основної діяльності підприємства до середньої за рік вартості основних засобів.

Сума, на яку введено основних засобів порівняно з їх вартістю на кінець підзвітного періоду характеризує коефіцієнт введення (оновлення) основних

виробничих фондів. Коефіцієнт вибуття основних засобів показує частку вартості основних засобів, які вибули за період, що аналізується, у загальній вартості основних засобів на початок цього періоду [3, с. 164]. Якщо вартість введених у дію необоротних активів перевищує вартість вибулих – це позитивно характеризує процес виробництва. Для визначення цієї тенденції розраховується коефіцієнт приросту основних засобів.

Необхідно розрізняти дві форми оновлення основних фондів – екстенсивну та інтенсивну [2, с. 115]. Екстенсивний напрям підвищення ефективності використання основних засобів передбачає такі заходи:

- 1) збільшення кількості машино-змін (станко-годин) праці обладнання;
- 2) зменшення простоїв оснащення за рахунок вчасної поставки сировини, матеріалів, напівфабрикатів і т.д., підвищення якості ремонтних робіт і технічного контролю.

Інтенсивними напрямками підвищення ефективності використання необоротних активів є:

- 1) модернізація та технічне переозброєння підприємства;
- 2) автоматизація та механізація виробництва;
- 3) удосконалювання технологічних і виробничих процесів;
- 4) скорочення тривалості операційного циклу;
- 5) використання раціональних прийомів організації виробництва;
- 6) підвищення кваліфікаційного рівня персоналу підприємства.

Рівень підвищення ефективності використання оснащення за продуктивністю та часом визначає резерв виробничої потужності.

Коефіцієнт змінності праці устаткування характеризує ефективність активної складової основних фондів. Він визначається співвідношенням часу праці обладнання за всі зміни до часу праці в найбільшу з них (як правило, нею є перша зміна) [4].

Для найбільш продуктивного використання своїх необоротних активів підприємства повинні реалізувати наступні заходи:

- 1) модернізація та оновлення оснащення;
- 2) ліквідація цілоденних і внутрішньо змінних простоїв в наслідок раціональних організаційно-технологічних заходів;
- 3) підвищення коефіцієнта змінності;
- 4) інтенсивніший рівень використання обладнання;
- 5) підтримання належного стану техніко-технологічної бази та своєчасне її поновлення;
- 6) підвищення кваліфікації робітників.

Список використаних джерел:

1. Гетьман О. О. Економіка підприємства : навч. посіб. / О. О. Гетьман, В. М. Шаповал. – 2-ге вид. – К. : Центр учбової літератури, 2010. – 488 с.
2. Економіка підприємства : підруч. / за заг. ред. С. Ф. Покропивного. – 3-тє вид., без змін. – К. : КНЕУ, 2006. – 528 с.
3. Кіндрацька Г. І. Економічний аналіз: теорія і практика : підруч. / Г. І. Кіндрацька, М. С. Білик, А. Г. Загородній ; за ред. проф. А. Г. Загороднього. – 2-ге вид., перероб. і доп. – Л. : Магнолія 2006, 2008. – 440 с.
4. Фінанси підприємств : підруч. [Електронний ресурс] / керівник авт. кол. і наук. ред., проф. А. М. Поддєрьогін. – 3-тє вид., перероб. та доп. – К. : КНЕУ, 2001. – 460 с. – Режим доступу : <http://ukrkniga.org.ua/ukrkniga-text/73/77>
5. Фурик В. Г. Фінанси підприємств: Практикум / В. Г. Фурик, І. М. Кулик. – Вінниця : ВНТУ, 2010. – 93 с.

Борисенко І. І.

Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

За сучасних умов розвитку національної економіки забезпечення ефективності діяльності, конкурентоспроможності потенціалу та забезпечення стійкого розвитку підприємств стає можливим тільки за умов розробки та реалізації заходів направлених на підвищення конкурентоспроможності потенціалу підприємств.

Тільки потенціал, що відображає невикористані, або неефективно задіяні ресурси, пов'язані з виробництвом та реалізацією продукції, є одним із основних показників, що впливає на виробничо-господарську діяльність підприємств і, відповідно, конкурентоспроможності потенціалу підприємств будь-якої галузі. З економічних і соціальних позицій конкурентоспроможність потенціалу підприємств визначається як унікальна комбінація наявного потенціалу підприємства, досвіду господарювання, ефективності використання складових потенціалу, сформованого іміджу.

Конкурентоспроможність потенціалу забезпечує виробництво конкурентоспроможної продукції, реалізуючи яку, підприємство забезпечує існування на ринку в стратегічній перспективі [1].

Фактори впливу конкурентоспроможності потенціалу умовно поділяють на зовнішні й внутрішні (можливості підприємства із забезпечення власної конкурентоспроможності).

В ринкових умовах визначення конкурентоспроможності потенціалу підприємства – це початковий етап планування діяльності та формування стратегії конкурентоспроможності підприємства, тому для забезпечення ефективного функціонування підприємства необхідно здійснювати оцінку рівня конкурентоспроможності його потенціалу. Оцінкою рівня конкурентоспроможності потенціалу підприємства є упорядкований, цілеспрямований процес визначення конкурентних можливостей з урахуванням потенційного і реального доходу, який отримує підприємство у певний проміжок часу за умов даного ринку.

Слід відмітити, що не існує уніфікованої методики оцінки конкурентоспроможності потенціалу підприємства через неоднозначність розуміння та трактування самого поняття «конкурентоспроможність потенціалу» [2].

Кожен метод оцінки має власні переваги та недоліки, у зв'язку з цим з метою ґрунтовного аналізу потрібно застосовувати комплексний підхід, що складається з різних методів, в результаті проведення яких визначаються та запроваджуються заходи щодо закріплення сильних сторін і ліквідації слабких сторін діяльності.

Отже, проведення оцінки конкурентоспроможності підприємства дозволяє скласти обґрунтовану думку щодо перспектив розвитку подальшої діяльності економічного суб'єкта, допомагає розробити комплекс дієвих рекомендацій, профілактичних заходів та відповідно підвищити конкурентоспроможність потенціалу підприємства. Дослідження було проведено на даних підприємства металургійної галузі – ПАТ «Миколаївський глиноземний завод».

Металургійна галузь є однією з провідних галузей економіки України, ПАТ «Миколаївський глиноземний завод» є найбільш енергоефективним підприємством у світі, серед глиноземних заводів СНД має найвищий рівень автоматизації технологічних процесів. Особливим моментом є те, що необхідно приділяти більше уваги конкурентоспроможності потенціалу даного підприємства.

За допомогою «багатокутника конкурентоспроможності» було проведено порівняння конкурентоспроможності потенціалу ПАТ «Миколаївський глиноземний завод» та його конкурентів на ринку алюмінієвої продукції. Отже, проведений аналіз діяльності та оцінка конкурентоспроможності потенціалу ПАТ «Миколаївський глиноземний завод» дозволяють зробити наступні висновки.

По-перше, за період 2011–2014 рр. частка виробництва ПАТ «Миколаївський глиноземний завод» на ринку алюмінієвої продукції України, не зважаючи на повну забезпеченість сировиною, знизилася на 2%.

По-друге, у підприємства спостерігається збільшення суми активів та пасивів, в основному за рахунок банківських кредитів, дебіторської заборгованості за товари, роботи, послуги, але разом з цим зростає і сума непокритого збитку інвесторів. В результаті підприємство в 2014 р. має чистий збиток в сумі – 880656 тис. грн.

По-третє, незважаючи на збитки, підприємство збільшує обсяги виробництва та реалізації продукції.

По-четверте, проведена оцінка конкурентоспроможності потенціалу ПАТ «Миколаївський глиноземний завод» використаними методами (заснованому на

теорії ефективної конкуренції та «багатокутником конкурентоспроможності» визначила його рівень як середній.

В результаті того, що першочерговими стратегічними пріоритетами ПАТ «Миколаївський глиноземний завод» є підвищення рівня конкурентоспроможності потенціалу за рахунок підвищення ефективності виробництва, зроблено висновок, що підприємству необхідно впровадити нові енерго- та ресурсозберігаючі технології. Також для підвищення рівня конкурентоспроможності потенціалу підприємства ПАТ «Миколаївський глиноземний завод» рекомендується збільшити обсяг продажів у натуральному і вартісному вираженні за рахунок розробки ефективнішої стратегії збуту та розвитку ключових напрямків в області продажів; знизити рівень витрат на основне виробництво за рахунок впровадження новітніх технологій виробництва продукції; забезпечити стабільне постачання підприємства сировиною і матеріалами; підвищити ефективність виробництва рахунок раціонального використання виробничих, матеріальних, трудових і фінансових ресурсів; впровадження нових інформаційних технологій для підвищення рівня інформаційної безпеки та мінімізації ризиків витоків комерційної інформації.

Таким чином, здійснення вище запропонованих заходів забезпечить збільшення випуску конкурентоспроможної продукції на внутрішньому і зовнішньому ринках, освоєння високотехнологічних виробництв і модернізацію виробничої бази, що позитивно впливатиме на розвиток не тільки конкурентоспроможності власного потенціалу, а й промисловості країни в цілому.

Список використаних джерел:

1. Касьянова Н. В. Потенціал підприємства: формування та використання : підруч. / Н. В. Касьянова, Д. В. Солоха, В. В. Морєєва та ін. – Донецьк : Вид-во Цифрова типографія, 2012. – 257 с.
2. Сачинська Л. В. Формування конкурентоспроможності потенціалу підприємства та його оцінка [Електронний ресурс] / Л. В. Сачинська, О. В. Бедін // Економічні науки. Серія: Облік і фінанси : зб. наук. праць. – Луцьк : ДВНЗ Луцького національного технічного університету, 2012. – Режим доступу : http://archive.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/en_oif/2012_9_3/33.pdf

Бородинський Б. А., к. е. н. Рябик Г. Є.

Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ

В сучасних умовах господарювання підприємства різних форм власності та організаційно-правових форм, які функціонують у різних галузях промисловості характеризуються невизначеністю та активною рухомістю соціально-економічного середовища. Задля виживання в сучасних умовах, ефективної протидії динамічному зовнішньому середовищу вітчизняні підприємства повинні спрямовувати свої зусилля на зміцнення конкурентних позицій, на збереження своєї життєздатності. При чому вони повинні здійснювати заплановані заходи заздалегідь, передбачуючи можливі зрушення.

Сьогодні українські підприємства змушені працювати в умовах посиленого тиску з боку національних та іноземних конкурентів, споживчих союзів, урядових розпоряджень. Все це змушує впроваджувати в рамках підприємств нові методи управління виробництвом, новітні інформаційні системи, розробляти більш адаптовану до зовнішніх умов організаційну поведінку, вдосконалювати техніку та технологію, підвищувати якість товарів, робіт, послуг та підвищувати ефективність організації праці у всіх підрозділах.

Дослідження наукової літератури щодо даної проблеми дає змогу виділити основні напрями ефективного розвитку національних товаровиробників:

1) переорієнтація управлінської діяльності, відмова від формального виконання свої функцій та перехід до осмислення змісту і характеру управлінської діяльності;

2) знищення управлінської бюрократії з метою послаблення прояву формалізму відносин;

3) реорганізація крупних інертних підприємств та створення мережі невеликих гнучких організацій з метою скорочення ієрархічних рівнів;

4) перехід від централізованої структури управління до централізованої, при якій ряд функцій управління делегуються створеним автономним бізнес-єдиницям, що несуть відповідальність за результати діяльності;

5) активізація інноваційної діяльності шляхом створення підрозділів, що орієнтуються на виробництво та реалізацію новітніх технологій, нових конкурентоздатних виробів;

6) організація зв'язку між підприємством-виробником та іншими підприємствами-філіалами, у тому числі шляхом створення внутрішніх ринків;

7) створення спеціальних структурних підрозділів, функціями яких є розвиток і заохочення творчості персоналу, а також підвищення його виробничої віддачі.

Перелічені напрями розвитку вітчизняних підприємств дають змогу сконцентруватися на конкретних варіантах, а саме:

– внутрішнє зростання шляхом ефективного використання наявних власних ресурсів;

– злиття підприємств або поглинання слабких з конкурентної позиції підприємств більш могутніми з метою збільшення власних ресурсів, виходу на нові ринки як ресурсів, так і ринки збуту;

– зосередження внутрішніх ресурсів на пріоритетних зонах господарювання;

– відмова від нерентабельних, неефективних напрямків діяльності, не забезпечених ресурсами шляхом або повної ліквідації даного напрямку, або переорієнтації на нові види діяльності, або шляхом продажу пакету акцій та активів зацікавленим сторонам;

– передача неефективних видів діяльності, які не забезпечені ресурсами, зацікавленим виконавцям на договірній основі, через продаж або виділення активів.

Таким чином, розвиток підприємства та підвищення ефективності його функціонування в умовах сучасної економічної системи полягає в оновленні системи його господарювання, в удосконаленні організаційної структури, що

дозволяє накопичувати та зміцнювати стратегічний потенціал з метою забезпечення подальшого зростання.

Сьогодні висуває дуже жорсткі умови існування сучасним товаровиробникам, посилюючи конкурентну боротьбу, що змушує підприємства швидше адаптуватись до зовнішніх умов, бути гнучкими. Тому, сучасні вітчизняні підприємства проваджують значно більше внутрішніх змін, ніж будь-коли раніше: нові технології, злиття, поглинання, розширення, нова політика та процедури, реорганізації, обов'язки та вимоги, що постійно змінюються.

Отже, розвиток підприємства не передбачає повернення до вихідного положення. Рано чи пізно кожне підприємство стає перед необхідністю змінюватись, розвиватись незважаючи на мету функціонування підприємства, на орієнтири, що обрало підприємство в своїй діяльності, на методи управління та напрями зростання. Але, слід зауважити, що ефективність господарювання підприємства в цілому залежить від обраного напрямку розвитку. Оскільки розвиток підприємства у відповідь на розвиток зовнішнього конкурентного середовища, це – об'єктивна необхідність.

Список використаних джерел:

1. Бауліна Т. В. Управління процесом організаційних змін підприємств в умовах перехідної економіки : автореф. дис. канд. екон. наук : спец. 08.06.01 «Економіка та управління підприємствами» / Т. В. Бауліна. – К., 2014. – С. 20–21.
2. Плахотнік О. О. Інформаційно-комунікаційний механізм управління підприємствами мережевої економіки : моногр. / О. О. Плахотнік; Дніпродзержин. держ. техн. ун-т (ДДТУ). – Дніпродзержинськ : ДДТУ, 2013. – 290 с.
3. Гринько Т. В. Управління змінами на підприємствах – необхідна умова забезпечення їх розвитку / Т. В. Гринько // Научный информационный журнал «Бизнес информ». – Х. : ИНЖЭК, 2013. – № 10. – С. 247–252
4. Штанько Л. О. Процес планування ефективної інвестиційної стратегії підприємства / Л. О. Штанько // Проблеми системного підходу в економіці : зб. наук. праць. – К., 2009. – С. 65–67.

Д. э. н. Бурдули В.

*Институт экономики П. Гугушвили Тбилисского государственного
университета им. И. Джавахишвили (Грузия)*

ПРОБЛЕМЫ ОТРАСЛЕВОЙ РЕСТРУКТУРИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ ГРУЗИИ

Уже прошло более двадцати лет как в Грузии началась посткоммунистическая трансформация экономики, но до сих пор макроэкономические параметры экономического развития страны неутешительны. Хотя в некоторые годы первого десятилетия XXI века наблюдались относительно высокие темпы экономического роста, однако следует иметь в виду, что отсчет начался от низкого уровня производства постобвального периода. При этом в 90-ые годы свернулось производство во многих отраслях (в том числе выпускавших и в достаточной степени конкурентоспособную продукцию), причем на всем протяжении трансформационного периода, за редким исключением, не появлялись новые современные производства (отрасли), в 2006-2013 годы по ряду причин происходил сильный спад в сельском хозяйстве, а самое главное, объем импорта товаров и услуг более, чем в 3.5 раза превосходит объемы экспорта (а по ряду групп отраслей и объемы местного производства в целом), а из этого следует, что в стране очень низок уровень самодостаточности экономики.

Для того, чтобы улучшить ситуацию, необходимо радикально изменить отраслевую структуру экономики (на основе опережающего роста приоритетных отраслей), что позволит достичь высокого структурного эффекта, определяемого улучшением важнейших макроэкономических показателей. В сравнительно небольшой стране нет возможности реанимировать все утерянные отрасли и говорить о больших масштабах производства в большом количестве новых и традиционных модернизированных производствах. В некоторых секторах (сельское хозяйство, пищевая промышленность) должны полностью функционировать все входящие в них детализированные отрасли, чтобы в максимально возможной

степени удовлетворять потребности населения страны и, где это возможно, в больших объемах экспортировать продукцию (в Грузии, например, в производстве цитрусовых, фруктов и вина), в некоторых других секторах (например, отрасли легкой промышленности, промышленности строительных материалов) целесообразно более или менее равномерно развивать (или реанимировать) большинство входящих в них отраслей с учетом роста их экспортного и импортозамещающего потенциала. Но в Грузии, как в небольшой стране (как и в любой другой малой или средней по величине стране), нет возможности равномерно развивать все отрасли энергетики, все отрасли высоких технологий. В таких группах отраслей необходимо выбирать приоритетные отрасли и сосредоточить усилия предпринимателей и государственной координации на их ускоренном развитии.

Вместе с тем при осуществлении отраслевой реструктуризации необходимо ориентироваться на получение «структурного эффекта», которое «должно лежать в основе построения и реализации «национальной экономической модели» [3, с. 69]. Оценка структурного эффекта, на наш взгляд возможна с помощью показателей роста экспортного потенциала и импортозамещения, роста выпуска высокотехнологичной продукции и других подобных показателей (в том числе, на основе использования критериев приоритетности отраслей), которые систематизированы, например, в первом параграфе нашей статьи [5]. Однако, на наш взгляд, самыми важными характеристиками структурного эффекта представляются уровень самодостаточности экономики, основным индикатором которого является высокий уровень самодостаточности в разрезе групп отраслей (по отраслям пищевой и легкой промышленности, промышленности строительных материалов и энергетики важен также коэффициент самообеспечения) и положительное сальдо объемов экспорта-импорта в разрезе групп отраслей.

Самодостаточности хозяйства (что можно оценить показателем «местное производство включая экспорт минус импорт») в некоторых группах отраслей необходимо достичь не за счет быстрого роста производства во всех отраслях

данной группы, а за счет нескольких избранных отраслей, экспорт продукции которых будет компенсировать импорт по товарным позициям других отраслей этой группы (или, что еще лучше – экспорт по товарам данной группы будет превышать импорт). Таким образом, для достижения структурного эффекта необходима целенаправленная трансформация структурного содержания экономики Грузии.

Предположительные общие направления улучшения отраслевой структуры нами определены таким образом, чтобы был достигнут значительный структурный эффект.

1. В отраслях вырабатывающих энергию и производящих энергоносители Грузия значительными возможностями (реализация которых может внести положительный результат в выправлении экспортно-импортного сальдо экономики страны) обладает только в электроэнергетике, в основном гидроэнергетике (если не учесть возможность использования солнечных элементов, доля выработки электроэнергии которыми, при использовании современных технологий может быть в пределах 10%).

2. В настоящее время выпуск продукции высокотехнологических отраслей в совокупном выпуске продукции по стране занимает очень небольшой удельный вес, тогда как до постсоветского обвала экономики был значителен. Конечно, в сравнительно небольшой стране невозможно создать большое количество крупных предприятий высокотехнологических отраслей. Но необходимо выбрать несколько приоритетных направлений и в пределах этих направлений разработать и осуществлять стратегию развития. Вместе с тем необходимо выявить как пути реанимации на новой технологической базе ранее существовавших высокотехнологических производств (например, в станкостроении), так и пути становления предприятий некоторых новых отраслей. Привлечение современных производственных технологий и освоение на их основе полного производственного цикла для выпуска определенных продуктов – очень сложный процесс, который нуждается не только в бизнес-координации, но и в содействии государства.

Таким образом, расширение производства высокотехнологичных отраслей в современных условиях в небольшой стране представляет собой очень сложную задачу и для достижения этой цели необходимо существование структурно-отраслевой (по более ранней терминологии «промышленной») политики, проводниками осуществления которой должны быть соответствующие государственные организации, а также – представители бизнес-кругов или крупные частные структуры (в этой связи представляет интерес функционирование фонда соинвестирования, который начал действовать в Грузии – это, можно сказать, важная ветвь структурно-отраслевой политики, в которой участвуют частные структуры). Как было отмечено, необходима реанимация на новой технологической базе некоторых традиционных высокотехнологичных отраслей (например, реанимация производства станков, телевизоров). Из новых отраслей же, вместе с выбором для развития некоторых направлений ИТ технологий, на наш взгляд, более значительное внимание необходимо уделить такой основанной на высоких технологиях продукции, производство которой еще не приобрело в мире массовый характер (т. е. сфера производства в мире пока не насыщена соответствующими предприятиями), но в некоторых странах наблюдается тенденция все более широкого потребления такой продукции, например, производство солнечных элементов для электростанций, высокоемких аккумуляторов для электромобилей.

В Грузии создание такого типа новых предприятий тем более важно с учетом того, что в мире сейчас происходит заметная переориентация от финансирования развития ископаемых видов топлива преимущественно на финансирование развития экологически чистой энергетики (возобновляемых источников энергии) [6; 7]. На наш взгляд, наряду с технологиями производящими электроэнергию на основе использования экологически чистых источников, в число ключевых технологий нового технологического уклада, на которые необходимо ориентироваться при проектировании новых отраслей в стране, войдут: технологии производства «суперемких» аккумуляторов и технологии производства композитных материалов.

Еще одно направление современного технологического развития, которое необходимо иметь ввиду при осуществлении отраслевой реструктуризации – это производство композитных материалов (в том числе металлопластиков) и изделий из них [2]. Очевидно, что создание композитных материалов и сложных изделий из них в настоящее время является актуальным направлением экономического развития. Поэтому для бизнеса Грузии должны быть созданы такие условия, чтобы он по нескольким выбранным профилям включился в инвестирование создания соответствующих производств (в первую очередь, путем включения в соответствующие международные межфирменные и внутрифирменные технологических цепочки). Таким образом, необходимо наблюдение за проходящими в мире процессами по производству и использованию новой высокотехнологичной продукции и на, основе серьезного анализа, принятие (предпринимателями) решений о целесообразности производства того или иного нового продукта.

3. Следующая группа отраслей – это сельское хозяйство и отрасли, базирующиеся в основном на переработке его продукции, т. е. отрасли пищевой и легкой промышленности. Как видно из проведенного выше анализа положение с уровнем самодостаточности по этим жизненно важным секторам и, по некоторым видам продукции, уровень самообеспеченности, довольно низок. Причины недостаточного развития этих отраслей и пути выправления ситуации рассмотрены нами в ряде публикаций [1, с. 195-234; 4] и являются предметом отдельного изложения.

4. Следующая группа отраслей это отрасли, которые в основном производят продукцию для промежуточного потребления и использования или переработки: металлургия; химическая промышленность; полимерная промышленность (производство пластмасс и резины и изделий из них); производство металлопластиков; промышленность строительных материалов. На продукцию этих отраслей спрос в мире стабильно растет (в особенности на удобрения, металлопластики, строительные материалы) и, несмотря на то, есть ли у страны исходное

сырье для производства в этих отраслях или нет, в случае разумного выбора направлений развития этой отрасли, в обозримой перспективе суммарное экспортно-импортное сальдо по продукции этих отраслей может стать положительным, несмотря на то, что в настоящее время по каждой из этих отраслей в той или иной степени оно отрицательно. Особое внимание должно быть уделено такому актуальному направлению, как производство металлопластиков и изделий из них, а также – производству качественных строительных материалов, в том числе и для экспорта.

5. Лесоматериалы и полученные путем их обработки изделия (строительные материалы, мебель, бумага и т. д.) занимают большое место в обеспечении отраслей экономики и потребностей населения, притом, большая доля в удовлетворении ими потребностей населения страны приходится на импорт. Поэтому, развитие соответствующего местного производства представляет собой одно из важнейших направлений достижения положительного структурного эффекта в экономике.

6. В достижении положительного структурного эффекта определенную роль может сыграть целесообразное развитие отраслей сферы услуг, в первую очередь, туризма, опережающий рост которого может вызвать значительные положительные сдвиги в экспортно-импортном сальдо (обслуживание иностранных туристов в стране фактически представляет экспорт услуг). Определенными возможностями в обслуживании иностранцев обладает также система образования.

Из вышеизложенного очевидно, что «переориентация структуры экономики» [3, с. 69] Грузии должна происходить по следующим направлениям:

1) рост электроэнергетических мощностей преимущественно за счет строительства ГЭС. Кроме того, с ориентацией на опыт ФРГ и США можно взять курс на использование в энергетике солнечных элементов, постепенно доведя долю выработанной ими энергии в электроэнергетическом балансе приблизительно до 10%;

2) доведение доли выпущенной высокотехнологичными отраслями продукции в общем объеме выпущенной в промышленности продукции от ныне мизерной доли в 1,5% до сколько-нибудь весомой доли, что позволит значительно повысить уровень самодостаточности экономики прежде всего за счет расширения экспорта. Для этого необходимо выбрать несколько приоритетных направлений развития, как за счет реанимации каких-либо традиционных отраслей (например, строительство многопрофильного станкостроительного завода с использованием в производстве гибких, ИТ и других новых технологий и широким оснащением изделий ИТ технологиями; строительство современного завода по выпуску телевизоров, компьютерных и т. д. мониторов), так и за счет основания новых отраслей, с учетом того обстоятельства, что ниша по сбыту продукции выбранного производства в мире не была бы перенасыщена (например, основание производства солнечных элементов, или на основе импорта отечественными производителями соответствующих производственных технологий, или с привлечением предприятия зарубежной корпорации; создание предприятия по производству современных аккумуляторов и т. д.). Вместе с тем, по многим высокотехнологичным конечным продуктам невозможно размещение в отдельной стране всего технологического цикла производства, поэтому государство должно содействовать национальным фирмам в сфере включения в международные межфирменные технологические цепочки;

3) скоординированное развитие смежных отраслей сельского хозяйства и пищевой промышленности с возрастанием их импортозамещающих и экспорто-ориентированных функций;

4) скоординированное развитие смежных отраслей сельского хозяйства и легкой промышленности, что является самой неотложной, первоочередной задачей;

5) ускоренное развитие (путем модернизации и расширения существующих и основания новых) выбранных производств в химической, полимерной, металлургической промышленности, в производстве строительных и композитных

(в том числе металлопластиков) материалов и изделий из них таким образом, чтобы через определенный период суммарное экспортно-импортное сальдо по характерной для этих отраслей продукции стало бы положительным;

б) развитие предприятий деревообрабатывающей промышленности, в первую очередь, мебельных и по производству строительных материалов из древесины;

7) развитие отраслей сферы услуг с ориентацией на рост их импортозамещающих и, где это возможно, экспортоориентированных возможностей.

Список использованных источников:

1. Абесадзе Р. Структурные и инновационные проблемы экономического развития / Р. Абесадзе, В. Бурдули. – Тбилиси, 2014. – 372 с.
2. Абел Аганбегян. Что делать, чтобы догнать и перегнать [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.tpp-inform.ru/economy_business/4336.html
3. Беридзе Т. Национальная экономическая модель: альтернатива глобализации? / Т. Беридзе // Кавказ & Глобализация. Журнал социально-политических и экономических исследований. – Т. 1 (3). – СА&ССPress. – Швеция, 2007. – С. 67–73.
4. Бурдули В. Генезис и пути преодоления аграрного кризиса в Грузии / В. Бурдули // Proceedings of Materials of International Scientific-Practical Conference Dedicated to the 90-th Birth Anniversary of Professor George Papava: Actual Problems of Economies of Post-Communist Countries at Current Stage. – Tbilisi, 2013. – С. 20–27.
5. Бурдули В. Отраслевая, технологическая и организационно-институциональная структура экономики Грузии в условиях глобализации / В. Бурдули, Р. Абесадзе // Кавказ & Глобализация. Журнал социально-политических и экономических исследований. – Вып. 1–2. – Т. 7. – СА&ССPress. – Швеция, 2013. – С. 55–73.
6. Рокфеллеры решили избавиться от нефтяных активов (23 сент. 2014 г.) [Электронный ресурс]. – Режим доступа : www.interfax.ru/business/398170
7. Рокфеллеры решили инвестировать в ВИЭ [Электронный ресурс]. – Режим доступа : Greenevolution.ru/2014/24/rokfellery-reshily-investirovat-v-vie

Винничук Д. В., к. е. н. Скрипник Н. Є.

Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ПРИБУТКОВІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА: СУТНІСТЬ ТА МЕТОДИ ОЦІНКИ

Однією з провідних тем серед досліджень науковців є прибутковість підприємства, так як являється результатом діяльності підприємства. Вона визначається абсолютним (сума прибутку) та відносним (рівень рентабельності)

показниками. Більше 3-х століть існують дискусії стосовно економічної суті поняття прибутковість, але теорія так і залишилася достатньо суперечливою, це спонукає до існування різних поглядів до сутності даної категорії як серед вітчизняних так і іноземних вчених. Сьогодні економічна теорія має велику кількість різноманітних точок зору економічної сутності прибутку, але у стандартному розумінні він визначається як різниця між виручкою від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) та витратами на її виробництво (собівартістю) [1]. Проаналізуємо деякі підходи науковців до визначення поняття «прибуток» (табл. 1).

Таблиця 1. Аналіз підходів до сутності поняття «прибуток» [3]

Автор	Визначення поняття «прибуток»
Білик М. Д.	Прибуток являє собою додаткову вартість, яка створюється під час процесу виробництва понад вартість виробничих ресурсів та робочої сили що були використані
Бланк І. А.	Прибуток це мірило фінансового стану кожного підприємства, основна характеристика рентабельності вкладення коштів в активи підприємства
Буряковський В. В.	Прибуток є грошовим вираженням основної частини грошових накопичень, які були створені підприємствами, що мають різні форми власності
Ефимова О. В.	Прибутком вважається змінена форма додаткової вартості, що вироблена, реалізована, готова до розподілу, яка сформована у процесі суспільного відтворення для того щоб задовольнити різні інтереси підприємства та його власників
Савчук В. П.	Прибуток являє собою основний критерій ефективного господарювання
Шеремет А. Д.	Прибуток є основним власним внутрішнім фінансовим джерелом, яке має забезпечити розвиток підприємства на принципах його самофінансування

Сьогодні можна налічувати велику кількість різноманітних поглядів та думок які відображають таке поняття як «прибутковість». Деякі вчені дане поняття охарактеризовують поряд з рентабельністю підприємства. Наприклад, Огійчук М. Ф. прибуток характеризує відношення отриманого результату до тих витрат, які забезпечили його отримання [2], Філімоненков О. С. вважає прибутком суму отриманого прибутку на кожну одиницю відповідних складових процесу її виробництва, а також сукупних витрат підприємства.

Беручи до уваги погляди на сутність поняття «прибутковість», є різні методи для її аналізу. Класифікувати різні показники прибутковості можна за такими критеріями:

- відношенням до продукту (одиночні та групові);
- ступенем узагальнення (зовнішньогосподарської або галузевої прибутковості);
- залежно від способу за яким вони кількісно відображені (абсолютні та відносні);
- за вихідними даними (реальної та розрахункової прибутковості);
- по відношенню до ресурсів (прибутковості застосовуваних та спожитих ресурсів);

Накопичення прибутку відбувається шляхом впливу факторів як внутрішнього, так і зовнішнього середовища.

Внутрішніми факторами впливу на прибуток підприємства є фактори, залежні від діяльності підприємства, це може бути як обсяги діяльності підприємства, стан та ефективність використання його ресурсів, рівень доходів підприємства, рівень його витрат, так і ефективність цінової та асортиментної політики.

Зовнішніми факторами впливу на прибуток підприємства є фактори, які не мають залежності від діяльності підприємства, наприклад, регулювання цін державою на товари, які відносяться до споживчого кошика, збільшення вартості послуг інших галузей народного господарства, податкова система, зміна нормативних документів щодо кредитування, підвищення облікової ставки за користування кредитами, державна політика стосовно формування доходів, невиплата індексації доходів населення в залежності від темпів інфляції.

Для того аби збільшити рівень прибутковості підприємства, воно повинно проводити наступні заходи у такому порядку:

- організаційні (покращення виробничої структури, оптимізація організаційної структури управління, диверсифікація, реструктуризація виробництва, тощо);
- технічні (оновлення та модернізація техніко-технологічної бази, переозброєння виробництва, вдосконалення якості виробів, що виробляються);

– економічні впливи (покращення тарифної системи, удосконалення форми і системи оплати праці, прискорення обігу оборотних коштів, тощо).

Якщо зміни будуть проведені не в такому порядку, то позитивних зрушень у ефективності діяльності не відбудуватиметься.

З метою оцінки ефективності роботи підприємства недостатньо використовувати показник прибутку, так як його наявність ще не означає, що таке підприємство працює добре. Тоді, для того щоб визначити ефективність вироблених витрат потрібно використати відносний показник – такий як рівень рентабельності. Дана проблема поєднує у собі питання виникнення прибутку шляхом виробництва, його формування у сфері обслуговування, а також розподілу та використання для капіталізації. Для того щоб вирішити дану проблему потрібно проаналізувати діяльність підприємства, а також ті чинники, які на неї впливають, постійно відстежувати і використовувати резерви збільшення прибутку, а також комбінувати різні шляхи щодо підвищення рівня прибутковості.

Список використаних джерел:

1. Бланк И. А. Управление прибылью / И. А. Бланк. – К. : Ника-Центр, 2003. – 752 с.
2. Огійчук М. Ф. Суть прибутку та підходи до методики його визначення / М. Ф. Огійчук // Економіка АПК. – 2009. – № 6. – С. 31–45.
3. Білошапка В. А. Резерви зростання результативності бізнесу в умовах економічного спаду / В. А. Білошапка // Актуальні проблеми економіки. – 2011. – № 1 (155). – С. 115–117.

К. э. н. Власенко М. А., Радзивил Ю. В.

Днепропетровский национальный университет им. Олесь Гончара (Украина)

ВЛИЯНИЕ НОВЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ УСЛОВИЙ НА ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ТУРИСТИЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

В конце 2013 года в Украине изменились экономические условия. Этому способствовала дестабилизация политической ситуации в стране, а так же падение темпов роста национальной экономики, в частности – колебания курса

национальной валюты: за год курс гривны упал на 61% и уже в сентябре 2014 года 1 доллар США стоил 13 грн по курсу НБУ [1]. Это повлекло за собой как повышение общего уровня цен на товары и услуги, связанные с международной торговлей с одной стороны, так и уменьшение доходов граждан с другой. При подорожании доллара в 3.39 раза в период с 02.09.2016 до марта 2016 года минимальная зарплата выросла лишь на 17% [2].

Учитывая то, что туристические предприятия рассчитывают стоимость путевок исходя из цен в валюте целевой страны, спрос на услуги турагентств и туроператоров становится отложенным: имеется достаточное количество предложений, но у потенциальных или уже имеющих покупателей не хватает средств на их приобретение. Количество иностранцев, посещающих страну, также упало: в 2014 году Украину посетило в 2 раза меньше туристов, чем в 2013 году – 24,6 млн и 12,7 млн человек соответственно [3].

Следовательно, причина замедления роста отрасли туризма связана не с внутренними проблемами предприятий, а с новыми экономическими условиями, в которых они вынуждены существовать. Малым предприятиям грозит закрытие, а крупным, имеющим большие финансовые ресурсы и значительную долю рынка, придется противостоять долгосрочной рецессии, которая уже и так поспособствовала уменьшению количества клиентов и, соответственно, продаж.

В связи с недостатком средств у населения набирает популярность внутренний туризм, так как даже при общем росте цен путешествия по своей стране стоят в 2-3 раза дешевле, чем поездки за границу. По этой причине украинские турагентства должны перепрофилироваться либо сделать больший акцент на внутренних турах. О необходимости переориентации на данный вид туризма говорит и статистика: в 2015 году спрос на поездки по Украине вырос на 15-20%, причем 95% путевок было продано именно украинцам. Наибольшей популярностью пользуется Западная Украина: Львов и курорты Закарпатья обслуживают наибольшее количество туристов. Также, ввиду сложившейся политической ситуации на полуострове Крым популярнее стали пансионаты и санатории Одессы, Херсона и Николаева [4].

Акцент на внутреннем рынке безусловно положительно скажется на развитии инфраструктуры в Украине, но такой подход может привести к изоляции украинской туристической отрасли на международной арене. Есть два пути избегания подобных негативных последствий: первый – это предоставление отечественным потребителям возможности выехать за рубеж, второй – наоборот, привлечение иностранных туристов. Первый путь гораздо сложнее, так как обеспечить достаточное качество жизни украинцам можно лишь путем быстрого выхода из сложившегося экономического и политического кризиса, что на данный момент времени, учитывая дополнительные затраты, связанные с повсеместным переходом на европейские стандарты, не предоставляется возможным. Вторым вариантом, то есть создание подходящих условий для путешествующих иностранцев, относительно проще, хоть и также требует крупных долгосрочных инвестиций. В обоих случаях данной отрасли необходима поддержка государства, экономика которого и так находится в стадии спада из-за сложившейся политической ситуации.

То есть, туристические предприятия Украины оказались в тяжелом положении: им приходится переориентироваться на внутренний рынок, который не развит, хоть и имеет большой потенциал. Отрасль туризма нужно развивать, так как в будущем она может стать основной из-за своей высокой рентабельности: количество туристов всего мира с каждым годом растет.

Иными словами, туризм – это один из важнейших секторов экономики: например, в таких развитых странах, как Швейцария и Франция он обеспечивает 10% и 7% от общих поступлений в бюджет соответственно [5]. При грамотном распределении финансовых ресурсов между отраслями экономики туризм способен стать таким же большим источником доходов, как металлургия либо машиностроение.

Соответственно, туристические предприятия также должны развиваться, так как они могут образовать значительную долю поступлений в бюджет и в будущем стать основой развития национальной экономики Украины.

Список использованных источников:

1. Курс валют НБУ на 02.09.2014 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://finance.i.ua/nbu/?d=02&m=09&y=2014>
2. Прожиточный минимум 2012 и 2013, минимальная зарплата 2013 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://minfin.com.ua/buh/minimum>
3. Туристичні потоки [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2007/tyr/tyr_u/potoki2006_u.htm
4. Любить свое. Украинцы переориентируются на внутренний туризм [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://korrespondent.net/ukraine/events/3506029-luibyt-svoe-ukraintsy-pereoryentyruuitsia-na-vnutrennyi-turyzm>
5. Гринько Т. В. Удосконалення управління підприємствами туристичної сфери / Т. В. Гринько // Щомісячний інформаційно-аналітичний журнал «Економіка. Фінанси. Право». – 2013. – № 5. – С. 13–15.
6. Роль туриндустрии в развитии национальной экономики. Эффект мультипликатора [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://buklib.net/books/27355>

Власенко А. В., к. е. н. Хуторської П. О.

Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

СУТНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ

МАТЕРІАЛЬНИХ РЕСУРСІВ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

Ефективність виробничої діяльності сучасних промислових підприємств, високий рівень якої є ключовим індикатором успішності, є досить тісно пов'язаною із питанням економії та раціонального використання тих ресурсів, які є у розпорядженні. Ефективне та раціональне використання всіх видів трудових та виробничих ресурсів є одним із найбільш доступних шляхів зниження собівартості продукції, підвищення обсягів випуску, збільшення показників продуктивності та фондоддачі. Фактори виробництва утворюють ту частину витрат ресурсів, які формують основний масив собівартості продукції. У свою чергу собівартість продукції складає основну витратну частину при виробництві продукції, тоді як зниження її показника автоматично призводить до покращення рівня прибутковості [1].

В сучасній економічній літературі існує велика кількість різноманітних визначень та понять матеріальних ресурсів промислових підприємств. Велике

розмаїття більшою мірою пов'язане із відсутністю чіткого узагальнюючого фактору та характеристик матеріальних ресурсів та відсутністю визначеної єдиної їх класифікації.

Для того, щоб визначити та оцінити ефективність використання та правильну класифікацію матеріальних ресурсів у якості того чи іншого об'єкту управління на підприємстві, треба передусім визначити правильний підхід до розуміння самого поняття. Також необхідно досить глибоко вивчити всі аспекти можливих класифікацій матеріальних ресурсів, їх властивості за особливості використання. Це допоможе визначитись із тими видами та сторонами матеріальних ресурсів, які допоможуть більш ефективно організувати роботу підприємства та вдосконалити саму систему регулювання матеріальних потоків у виробництві.

Всі підходи до розуміння сутності матеріальних ресурсів та їх класифікації можна розділити на чотири загальні групи.

Перша група концентрується лише на предметах праці у якості матеріальних ресурсів, однак до них відносить поміж іншим ще й різноманітні основні засоби разом із малоцінними та швидкозношуваними предметами. Крім того до цієї групи нерідко додаються запаси, об'єкти незавершеного виробництва та готову продукцію разом з напівфабрикатами власного виробництва. Всі перелічені матеріальні ресурси за вказаним підходом приймають участь у загальному кругообігу ресурсів виробництва та є принциповою матеріальною базою більшості процесів [3].

Другий підхід побудовано на узагальненні різноманітних предметів праці та тієї частини ресурсів, які майже всі дослідники відносять до малоцінних та швидкозношуваних предметів. На думку багатьох вчених, такий підхід не є досконалим, тому що він залишає без уваги такий важливий елемент матеріальних ресурсів як засоби праці, готову продукцію, різноманітні напівфабрикати тощо [2].

Третій підхід базується на віднесенні до матеріальних ресурсів як засоби, так і предмети праці. Однак до цієї класифікації не включаються такі елементи як витрати незавершеного виробництва, а також напівфабрикати. Крім того,

у даному підході до матеріальних ресурсів не враховується готова продукція, тому що вона має уречевлену форму та певну ринкову вартість [4].

Четвертий випадок пов'язує у визначення матеріальних ресурсів предмети праці, власні напівфабрикати, готову продукцію, а також показники незавершеного виробництва. В окремих випадках до груп матеріальних ресурсів та матеріально-технічної бази відносять також деякі елементи засобів виробництва, запаси виробництва, готову продукцію на складах, а також засоби праці та предмети праці [5].

Таким чином, матеріальні ресурси загалом матеріально-технічна база підприємства включає в себе не тільки засоби та предмети праці (сировину, матеріали, основні засоби, малоцінні предмети, допоміжні матеріали, сировину, напівфабрикати, запчастини та комплектуючі засоби тощо), але й матеріальні витрати, які знаходять відображення у незавершеному виробництві та готовій продукції.

Динаміка матеріальних витрат того чи іншого підприємства, як і будь-який економічний показник, змінюється під дією різноманітних факторів (рис. 1). До них, зокрема, відносять, питомі витрати різних матеріалів, що їх необхідно витратити у процесі виробництва одиниці продукції, а також загальна кількість запланованого випуску продукції підприємства та ціна та одиницю ресурсу. Також варто відмітити, що вплив такого фактору як питома вага витрат матеріалів розділяється на техніко-технологічну складову та загальне удосконалення виробничого процесу на підприємстві.

У загальному розумінні показники ефективності використання матеріально-технічної бази того чи іншого підприємства має часто ключове значення для подальшого розвитку фірми [3]. Зокрема, завдяки підвищенню ефективності використання матеріальних та техніко-технологічних ресурсів значно покращується та підвищується економічний потенціал та продуктивність галузі.

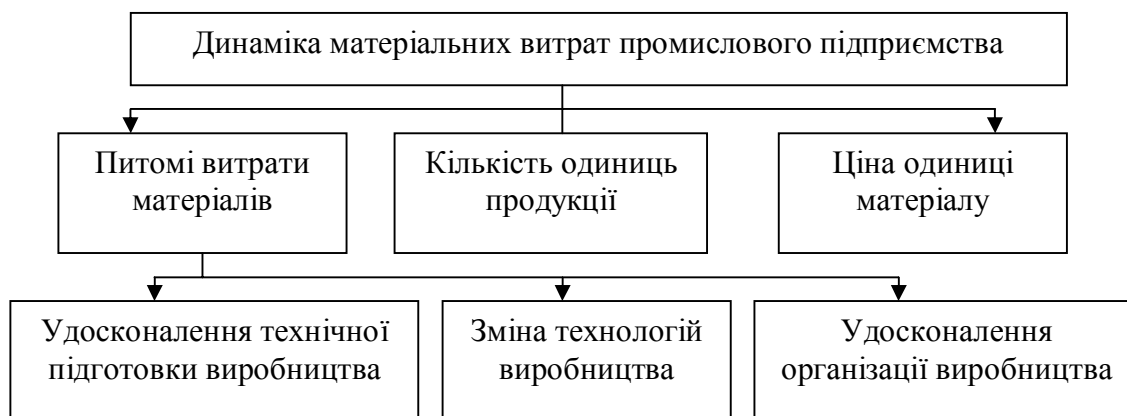


Рис. 1. Фактори впливу на обсяг та динаміку матеріальних витрат на промисловому підприємстві [4]

Крім того, значно підвищується техніко-технологічний рівень підприємства та виробництва за рахунок впровадження та використання нових технологій на підприємствах. Завдяки ефективному використанню бази підприємства створюються позитивні передумови для підвищення гнучкості виробництва та освоєння нових видів продукції або досягнення невеликих модифікацій продукції. Наостанок слід відзначити, що одним із найважливіших наслідків ефективного використання матеріально-технічної бази підприємства є майже обов'язковий приріст показників продуктивності праці, а також підвищення якості продукції, що випускається.

Список використаних джерел:

1. Мельник Л. Г. Економіка підприємства : підручник / за заг. ред. д.е.н., проф. Л. Г. Мельника. – Суми : Університетська книга, 2012. – 864 с.
2. Васильців Т. Г. Стратегічні засади управління використанням матеріально-технічної бази підприємства / Т. Г. Васильців, Б. Л. Павлишин // Науковий вісник НЛТУ України. – 2008. – Вип. 18 (10). – С. 275–279.
3. Дідович Ю. О. Ефективність стратегічного управління підприємством : дис. канд. екон. наук : 06.10.09 / Ю. О. Дідович. – К., 2012. – 238 с.
4. Мідляр А. К. Стратегія управління матеріально-технічною базою підприємства : дис. канд. екон. наук : 08.00.03 / А. К. Мідляр. – К., 2011.
5. Смоленюк П. С. Аналіз використання матеріальних ресурсів в умовах ринкових відносин / П. С. Смоленюк, К. К. Бондар. – К. : Техніка, 2007. – 107 с.

Гапоненко В. Д.

Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

**ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ ІННОВАЦІЙ
У ВИРОБНИЧІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ПП «АВЕРС»**

Основною причиною низької ефективності діяльності підприємства є висока собівартість виробництва продукції, що обґрунтована високим ступенем зносу обладнання, його застарілістю, великим відсотком браку в готовій продукції, низькою автоматизацією та високою часткою ручних операцій у виробничому циклі. До напрямів зменшення собівартості доцільно віднести ПП «Аверс»:

- економія праці через автоматизацію виробничих процесів;
- зменшення часу виробництва одного виробу за рахунок використання більш продуктивного обладнання;
- зменшення вартості ресурсів, що використовуються;
- зменшення частки браку.

Також, для підприємства актуальним є оновлення парку обладнання з метою виконання більшого спектру післядрукарських (виробничих) операцій, а отже, розширення номенклатури пропозиції підприємства.

Проаналізувавши можливості зниження собівартості та підвищення ефективності виробничих операцій підприємства та після проведення експертного опитування фахівців виробничого відділу було визначено, що напрям діяльності, який потребує термінових змін – це ділянка виробництва пластикового пакування. Завдання підвищення ефективності виробничої складової діяльності вимагає комплексності, що дозволить не тільки зменшити витрати на виробництво продукції, але створити нові можливості для отримання прибутків.

Фінансово-господарський аналіз показав, що все обладнання підприємства є амортизованим на 90%, а отже, характеризується значним ступенем зносу.

У такому випадку для підприємства пропонується два варіанти дій: відновлення обладнання; купівля нового після друкарського обладнання, що дозволить

замінити неефективні застарілі машини та зменшити частку ручної праці, а також розширити асортимент продукції.

Аналіз доцільності проведення змін, особливо у розрізі дорогої вартості капіталу та дуже низької прибутковості бізнесу потребує дослідження і обґрунтування. Для аналізу пропонується використати методику [1], що спирається на відомі положення економічного аналізу і методологію оцінки інвестиційних проектів UNIDO, зокрема використання такого показника, як внутрішня норма рентабельності інвестицій (IRR), який по суті є рівнем прибутку на вкладений капітал. Відповідно до даного підходу можна обґрунтувати технічні можливості і доцільність нововведень.

Методика обґрунтування фінансово-економічної доцільності впровадження машин і обладнання нового технічного рівня в діяльність ПП «Аверс» полягає в реалізації етапів [3; 4]:

- обґрунтування можливості нововведення того чи іншого обладнання у виробництво в умовах конкретної ділянки з точки зору технічної доцільності і відповідності умовам виробництва;

- визначення максимальної технічної можливості техніки інноваційного рівня в конкретних умовах підприємства і ділянки за загально застосовною методикою;

- розрахунок зворотного грошового потоку при застосуванні інноваційної техніки, який формується з прибутку і амортизації.

Аналіз отриманої залежності показує, наприклад, що умовою інновації, яка розглядається, за рахунок кредитних ресурсів вартістю 35% річних в гривні є збільшення виробництва пакування не менше як на 15%. Якщо частина інноваційних коштів буде профінансована не з кредиту, а з власних коштів, то на них буде отриманий прибуток з тією ж нормою рентабельності 35% за рік.

Отже, для підвищення ефективності виробничої діяльності ПП «Аверс» було запропоновано впровадити інновації на загальну суму 320 тис. грн. Дослідження показало, що зростання виробництва на 10% та заходи зі

зменшення собівартості продукції дадуть можливість підприємству отримати 122,175 тис. грн зворотного річного потоку з нормою повернення інвестицій 26%.

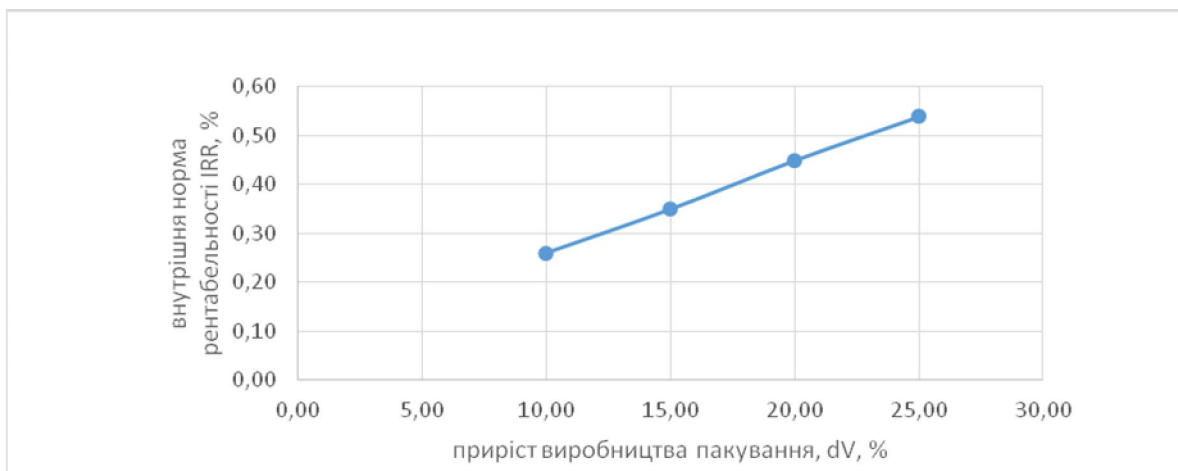


Рис. 1. Залежність внутрішньої норми рентабельності IRR від збільшення виробництв пакування dV при застосуванні нової та модернізованої техніки

Отже, запропонована інновація є виправданою (адже у підприємства є можливість залучати кредити під дані відсотки) при зростанні замовлень на виготовлення продукції або формування власного продукту на продаж від 10% виробітку 2015 року.

Список використаних джерел:

1. Лисяков В. П. Методика визначення умов економічної ефективності інновацій на основних процесах виробництв вугільних шахт / В. П. Лисяков // Научные труды ДонНТУ. Серия: экономическая. – Вип. № 30. – С. 76–82.
2. Гринько Т. В. Щодо інноваційного потенціалу як складової інноваційної активності підприємств / Т. В. Гринько // Економіст. – 2010. – № 2. – С. 56-58.
3. Круш П. В. Економіка підприємства : навч. посіб. / за ред. П. В. Круша, В. І. Подвігіної, Б. М. Сердюка. – К. : Ельга, 2007. – 780 с.
4. Захарченко В. О. Систематизація методів оцінки фінансового стану підприємства / В. О. Захарченко // Фінанси України. – 2005. – № 1. – С. 137–141.

Гордійко М. С., к. е. н. Калініченко З. Д.

Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

АСПЕКТИ КОНКУРЕНЦІЇ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Підприємства-товаровиробники функціонують в складних, динамічно мінливих економічних, законодавчих умовах при значній частці імпортової продукції на вітчизняному ринку. В умовах галузевої та регіональної економічної ситуації заощадливе використання ресурсів підприємства, залучення інвестицій, розширення свого впливу на ринку готової продукції вимагає застосування інтегрованого багаторівневого підходу як при оцінці факторів, що впливають на конкурентоспроможність підприємства, так і при вивченні в контексті проблематики класичних і сучасних економічних теорій.

Конкуренція – тонкий, вибірковий, гнучкий механізм, в основі якого лежать дії неповторних інтеграційних процесів та дії на випередження. Взаємодія конкуренції та інтеграції на усіх рівнях виступає в якості внутрішнього відтворювального джерела саморегулювання та сталості ринкової економіки.

Вибірковість конкуренції полягає в тому, що від падіння попиту на товар або послуги підприємства, як і споживачі, страждають не в рівній мірі. Найбільші труднощі відчувають ті, що виробляють продукцію низької якості, застарілого асортименту, а підприємства з кращими технологією і виробничими ресурсами та процесами, навпаки, розвиваються максимально ефективно.

Гнучкість та дієвість механізму конкуренції проявляється в його незмінній миттєвій реакції на будь-які зміни в різноманітному конкурентному середовищі. Тому в конкурентоздатному становищі опиняються ті підприємства, які в більшій мірі вимогливі до них та підготовлені. Зрозуміло, глибока адаптація займає довгий час, однак переваги для неї конкуренція створює миттєво.

Розрізняють два види конкуренції: цінову і нецінову. При ціновій конкуренції процес упередження передбачає падіння цін виробників на свої товари в порівнянні з цінами на аналогічні товари і послуги інших виробників.

Підприємство може використати або перевагу досягнення низьких витрат, або свідомо піти на втрату частини прибутку для утримання такої долі ринку, витіснення конкурентів. В основі нецінової конкуренції часто буває не ціна товару, а його якість, сервісне супроводження, репутація. Під якістю на практиці на підприємствах та серед споживачів розуміють сукупність показників: надійність, технологічність, ергономічність, естетичність, екологічність. При цьому важливо передбачити, що в даний час складно вирішувати які пріоритети цінової або нецінової форми змагання на товарних ринках, оскільки кожна споживча група пред'являє свої критеріальні значення до ціни і якості продукції.

Залежно від системи дій конкурентів і можливості суттєво змінювати технологічну і комерційну програми розрізняють три типи конкурентної поведінки підприємства: креативний, пристосовницький, забезпечувальний. Класифікація покликана визначити напрямок підприємству у виробленні стратегії і тактики виробничої поведінки на конкретному ринку. Та висока динамічність, що відбувається в конкурентному середовищі не дозволяє за бажанням застосовувати тип поведінки в конкуренції.

Відмінності в підходах до оцінки конкуренції вплинули і на визначення конкурентоспроможності. У сучасній економіці необхідно розрізняти кілька аспектів конкурентоспроможності: конкурентоспроможність товарів, конкурентоспроможність товаровиробників (фірм, підприємств), конкурентоспроможність регіонів (країн, регіонів, націй) [1]. Термін «конкурентоспроможність» фахівцями в першу чергу трактується як здатність працювати на випередження, тобто здатність суб'єкта успішно функціонувати, досягати поставленої мети і відстоювати свої інтереси в умовах конкуренції. Тому сутність конкурентоспроможності можна зрозуміти, вивчивши природу конкуренції. Крім того, конкурентоспроможність може бути розглянута на декількох рівнях – товарному (як конкурентоспроможність товару), мікрорівні (підприємство), мезорівні (галузь) та макрорівні (країна) [3]. Кожна з цих категорій має відмінні риси і характерні риси, які підтверджують правомірність і доцільність такої суттєвої диференціації. Рівні конкурентоспроможності взаємопов'язані, забезпечують синергетичний ефект.

Ступінь ефективності господарського механізму і стратегічний успіх залежить від того, наскільки він допускає конкуренцію і відповідає їй [2]. Стратегічний успіх (зростання частки ринку і прибутку) розвивається співпрацею виробників з постачальниками сировини, споживачами і навіть конкурентами. Тенденція до співпраці свідчить про ускладнення конкуренції, що вимагає нових форм і напрямків посилення конкурентоспроможності. Стратегічне партнерство не тільки підвищує ймовірність завоювання ринку, але і скорочує комерційні, страхові, клієнтські, цінові та технологічні ризики та їх вплив [1].

Зазначені тенденції спонукають підприємства до глобального бізнесу, взаємодії зі споживачами, постачальниками, конкурентами, зміни організаційно-економічної моделі розвитку (цільові установки не стільки на прибуток, скільки на оптимізацію взаємодії з учасниками у конкурентному середовищі на нових ринках з інноваційним товаром), адекватно до нової світової економіки.

Список використаних джерел:

1. Гончарук Т. І. Конкуренція і конкурентоспроможність: зміст і розвиток у перехідній економіці : моногр. / Т. І. Гончарук. – Суми : ВВП Мрія-1 ЛТД, УАБС, 2013. – 60 с.
2. Гребньов Г. М. Категорії конкуренції та конкурентоспроможності в сучасному економічному світі / Г. М. Гребньов // Бізнес Інформ. – 2012. – № 5. – С. 265–270.
3. Педченко Н. С. Деякі аспекти конкуренції і конкурентоспроможності в ринковій економіці / Н. С. Педченко // Регіональні перспективи. – 2010. – № 4 (11). – С. 48–49.

Грецька Г. А.

Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ ЗМІНАМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Сучасні організації в процесі свого функціонування все більше і більше потребують впровадження змін, це обумовлено необхідністю швидко реагувати і ефективно приймати рішення щодо забезпечення успішного розвитку. За допомогою структурних елементів (процесів і інструментів) і людського капіталу

(навичок і умінь), організації можуть дійсно конкурувати та забезпечувати конкурентні переваги.

Управління змінами на підприємстві є однозначно необхідним з точки зору реалізації процесів та досить складним, як з об'єктивних, так і суб'єктивних причин механізмом, з огляду на недостатнє володіння його складовими. Разом з тим зазначимо, що ефективне управління змінами передбачає високопрофесійну роботу керівників підприємства, які шляхом переконання, заохочення та керуючого впливу на підлеглих спроможні забезпечити узгоджений системний механізм організаційних змін, що мають на меті підвищити конкурентоспроможність та ефективність діяльності підприємства в цілому [1].

Потреби змін на підприємстві можуть бути викликані різними причинами:

1. Пов'язані з подіями у зовнішньому середовищі.
2. Обумовлені новими цілями діяльності підприємства.
3. Необхідність змін викликає логіка розвитку підприємства.

Головна мета управління змінами полягає у:

- підвищенні ефективності використання людського капіталу;
- створенні конкурентних переваг;
- забезпеченні ефективної реалізації цілей підприємства.

Загальний набір процесів і інструментів для управління змінами складають: компетенції на всіх рівнях організації від керівників до керівників вищої ланки; стратегічний потенціал, який дозволяє організації бути гнучкою та придатною реагувати на зміни ринку.

Існують численні моделі управління змінами на підприємстві. У той час, незалежно від моделі, ефективний процес управління змінами повинен: бути ініційовано при створенні нового проекту або на стадії реалізації; бути інтегровано в діяльність з управління проектами і розглядається як єдиний процес для впровадження змін.

У більшості досліджень щодо управління змінами на підприємстві визначають три основні етапи: бачення, стратегія і реалізація.

На першому етапі, необхідно розвивати бачення успішного майбутнього організації. На другому потрібно здійснити оцінку поточного стану підприємства та чинників, що здійснюють вплив на досягнення або недосягнення бажаного стану організації. Далі необхідно сформувавши проектну команду, що буде здійснювати зміни. Проектна група повинна бути забезпечена достатнім обсягом ресурсів і до її складу мають входити всі співробітники, які беруть участь в управлінні змінами на постійній основі. Формалізація команди створює підзвітність, відповідальність і символізує прихильність організації. Після того як проектна група сформована розробляється стратегія впровадження змін в організації.

План проекту включає в себе конкретні кроки і заходи, необхідні для розгортання загального підходу на основі організації.

Також необхідно розробити плани комунікації, фінансування, коучинг, управління опором і підготовки кадрів для підтримки зусиль по розгортанню стратегії.

Третій етап включає реалізацію комплексного плану, який узгоджує діяльність з управління проектом і зміни та показує, що буде зроблено для впровадження змін.

Отже, для успішного проведення змін на підприємстві необхідно розробити комплексний план їх впровадження та управління ними. Управління змінами направлене на впровадження змін у всі бізнес-процеси організації. Необхідність управління змінами на підприємстві пов'язана із невідповідністю процесу управління потребам, зумовлена середовищем її функціонування.

Список використаних джерел:

1. Тарасюк Г. М. Управління змінами в системі управління підприємством / Г. М. Тарасюк // Вісник Житомирського державного технологічного університету. Економічні науки. – 2010. – № 2(52). – С. 287–291.
2. Харрингтон Дж. Совершенство управления изменениями : пер. с англ. / Дж. Харрингтон ; ред. В. В. Брагин. – М. : Стандарты и качество, 2008. – 192 с.
3. Хентце Й. Как преодолеть противодействие организационным изменениям / Й. Хентце, А. Каммель // Проблемы теории и практики управления. – 1997. – № 3. – С. 26–32.

Д. е. н. Гринько Т. В., Камлук Ю. В.

Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ АПК УКРАЇНИ

Україна сьогодні – держава, що має високий інтелектуальний і технічний потенціал і впевнено рухається шляхом радикальних суспільно-політичних та економічних реформ.

За останні роки українська промисловість виходить із системної кризи. Взятий урядом курс на вступ до Євросоюзу орієнтує промисловість на розвиток перспективних високотехнологічних галузей. Протягом останніх декількох років досягнуто чимало позитивних зрушень у економічному та соціальному напрямку розвитку країни. Продукція вітчизняної промисловості експортується до 125 країн світу. На світових ринках збережено стійкі позиції таких галузей промисловості як оборонна, суднобудівна, літакобудівна, енергетичного машинобудування, металургійна та хімічна.

Україна – це одна з країн світу, що створює майже замкнені цикли виробництва і проектування авіаційної техніки. Але в нашій державі, у розвитку вітчизняної промисловості не все так добре. Особливо актуальним для країни є розвиток підприємств агропромислового комплексу.

Сільськогосподарське машинобудування сьогодні – одна з найвідсталіших галузей машинобудування та промисловості взагалі. Вона найбільше вражена економічною кризою. Слід зазначити, що серед факторів, що значно впливають на розвиток агропромислового комплексу в Україні, можна виділити: систему господарювання, характер виробничих відносин, рівень соціально-економічного розвитку країни, наявність унікальних природних ресурсів та структуру земельного фонду, технічний рівень і стан основних фондів підприємств АПК, забезпеченість трудовими ресурсами, транспортно-географічні умови. При цьому, безумовно вирішальне значення належить економічним факторам, саме

від яких залежить раціональне використання природних ресурсів, задоволення споживчого попиту населення, участь у міжнародному поділі праці, збереження навколишнього середовища тощо [1].

Сьогодні фермери в Україні працюють на 70-90 % зношених тракторах і комбайнах. Кожного року необхідно ремонтувати більше половини тракторів, майже всі бурякозбиральні комбайни, ґрунтообробні та інші сільськогосподарські машини і механізми.

Щороку витрати на відновлювальні ремонти комбайнів та іншої сільськогосподарської техніки зростають на 5 %, і вони вже сягають третини вартості нової техніки [2].

Щороку, починаючи з 1995 року, сільгоспвиробники через затягування строків жнив (більш агротехнологічно допустимих у 3-5 разів), втрачають вирощений урожай від осипання, проростання в колосі, зниження якості на 600-800 млн дол. За минули 5-6 років аграрне виробництво понесло збитки через втрати зерна на 3-3,5 млрд дол.

Із міркувань керівників заводів склалося враження, що причиною всіх бід вітчизняного комбайнобудування є зарубіжні комбайни.

Таким чином, перед вітчизняними виробниками дуже гостро стає проблема підвищення рівня конкурентоспроможності їхньої продукції. Основними складовими підвищення конкурентоспроможності є підвищення якості продукції та зниження її собівартості.

Тобто, склалася ситуація, яка дестабілізує розвиток вітчизняного виробництва в галузі сільськогосподарського машинобудування. Кошти, які мали би бути використані на закупівлю вітчизняної техніки, що сприяло би розвитку сільськогосподарського виробництва, пішли до кишені іноземних виробників. Надійність вітчизняної сільськогосподарської техніки вкрай низька. А якщо точніше – вони катастрофічно ненадійні. Час роботи до першого збою – усього 10 годин. Фактично це 300 поломок протягом загального терміну експлуатації. Виходить, що час, витрачений на ремонт, дорівнює часу роботи комбайна в полі.

Що стосується технічних, технологічних характеристик вітчизняних зернозбиральних комбайнів, то не варто робити заяв типу: вітчизняна техніка за якістю не поступається зарубіжній і є в 5-6 разів дешевшою. Меншу ціну вітчизняної техніки можна пояснити двома складовими: низькою заробітною платою та низькими амортизаційними відрахуваннями на застаріле технологічне обладнання. Інші складові ціноутворення сягають світового і дещо вищого рівня: метал, газ, електроенергія, паливно-мастильні матеріали, транспортні витрати, податки, які не дають знизити ціну без державної підтримки в 5-6 разів. Що стосується вітчизняного виробництва, то воно доведено до поштучного, ручного складання. Практично зупинено конвеєри. А це означає зростання собівартості майже на 30%, зниження якості та конкурентоспроможності.

Отже, головними шляхами підвищення конкурентоспроможності українських підприємств агропромислового комплексу можна визначити:

- відповідність вітчизняних стандартів агропромислової продукції міжнародним стандартам;
- формування сучасної інфраструктури агропромислового ринку;
- державна підтримка підприємств сільськогосподарського машинобудування;
- розширення взаємозв'язків вітчизняних аграрних підприємств;
- взаємодія підприємств агропромислового комплексу з науко-дослідними установами;
- організація ярмарок, міжнародних виставок, конференцій тощо на території України та сприяння участі вітчизняних виробників у таких заходах закордоном тощо.

Список використаних джерел:

1. Кириленко В. В. Економіка / В. В. Кириленко. – Тернопіль : Економічна думка, 2002. – 193 с.
2. Качмарик Я. Д. Конкурентна перевага як чинник забезпечення ефективної діяльності підприємства / Я. Д. Качмарик, К. Ю. Чергава // Наук. вісн. НЛТУ України. – 2010. – Вип. 20.5. – С. 196–200.

Гулак А. Л.

Запорізька державна інженерна академія (Україна)

ПЛАНУВАННЯ ТА АНАЛІЗ ПОТОЧНИХ ВИТРАТ ПІДПРИЄМСТВА

Однією з найважливіших і найскладніших проблем для підприємців, що здійснюють господарську діяльність, є потреба вибору найприбутковішого варіанту управління витратами в системі стратегічного розвитку підприємства. У системі управління витратами підприємства особливої актуальності набуває планування і контроль поточних витрат.

Саме вибір найкращого варіанту планування і контролю поточних витрат є важливою умовою успішної діяльності підприємства, що дає змогу досягти оптимального рівня витрат виробництва, внаслідок чого зростає конкурентоздатність продукції та стає реальним досягнення довгострокового економічного зростання підприємства.

Проблеми теоретичних основ та практичного застосування різних систем планування і контролю поточних витрат знайшли своє відображення в працях вітчизняних і закордонних учених: К. Вілсона, К. Ларіонової, С. Ніколаєвої, О. Орлової, Т. Примака, Є. Рясних, Дж. Сігела, С. Сінка, С. Стукова, В. Суржика, Р. Хілтона, Л. Хлапенова, Ю. Цал – Цалка, М. Чумаченкатаін.

Основна мета діяльності більшості підприємств – максимізація прибутку. Можливість досягнення цієї стратегічної мети залежить від рівня витрат на виробництво і реалізацію продукції. У таких умовах все більше зростає роль витрат як невід’ємної та об’єктивної складової виробничо-збутового процесу.

Поняття витрат виникло і досліджувалось ще з давніх часів. На сучасному етапі дослідження цього терміну, його трактування ґрунтується насамперед на регламентації, що зазначена в нормативно-правових актах. Відтак, розгляд сутності поточних витрат підприємства доцільно здійснювати у контексті нормативно-правового забезпечення та з урахуванням поглядів сучасників-економістів [2, с. 291].

Для визначення витрат з точки зору нормативно-правового регулювання слід звернутися до Положення (стандарт) бухгалтерського обліку. Відповідно до якого під витратами звітного періоду визнаються або зменшення активів, або збільшення зобов'язань, що призводить до зменшення власного капіталу підприємства, за умови, що вони можуть бути достовірно оцінені [3].

Грещак М. Г. та Коцюба О. С. вважають, що витрати – це обсяг використаних ресурсів у грошовому вимірюванні для досягнення певних цілей [1].

На думку Турило А. М., витрати – це вартісне вираження абсолютної величини застосовано-спожитих ресурсів, необхідних для здійснення виробничо-господарської діяльності підприємства і досягнення ним поставленої мети. Безперервні витрати існують постійно незалежно від виробництва та необхідні для управління виробництвом і забезпечення виробничої системи в стані готовності. Поточні витрати формують собівартість продукції [5, с. 33-34].

Не дивлячись на те, що більшість науковців не можуть дійти до єдиного визначення поняття поточних витрат, всі вони відзначають особливу важливість планування та аналізу витрат в діяльності підприємства. Планування та аналіз витрат зводять до мінімуму підприємницькі ризики, що особливо актуально в час розгортання світової фінансової кризи.

Планування – це функція управлінської діяльності, що реалізується в поточних та перспективних планах на майбутнє. Тобто планування витрат – це визначення необхідної загальної вартості ресурсів (матеріальних, трудових, грошових) для виробництва заданого обсягу продукції, щоб забезпечити ефективну та безперебійну роботу підприємства, оптимізацію витрат у відповідних умовах функціонування, а також календарного фінансування поточних і капітальних витрат.

За способом розрахунку планових показників виокремлюють такі методи:

- експериментально-статистичний або дослідно-статистичний (середніх показників) передбачає використання фактичних статистичних даних за попередні роки для встановлення планових показників;

- факторний, відповідно до якого планові показники розраховують на підставі впливу найважливіших чинників;

- нормативний – сутність якого полягає в розрахунку планових показників на основі прогресивних норм використання ресурсів.

М. Д. Білик виділяє окремо наступні методи планування: балансовий, нормативний, розрахунково-аналітичний, оптимізації планових рішень, моделювання. Дані методи включають конкретні способи і прийоми планових розрахунків [6, с. 408].

Плануванню витрат передують всебічний аналіз поточних витрат, результатом якого є виявлення резервів зниження витрат. Отримані дані такого аналізу використовуються при плануванні витрат на наступні періоди, а також при розробці заходів із підвищення ефективності виробництва.

Аналіз витрат дозволяє встановити залежність співвідношення між рівнем отриманих доходів і зазначених витрат підприємства за той самий проміжок часу; здійснити вертикальний і горизонтальний аналіз динаміки і структури витрат та оцінити ефективність їх здійснення та відповідність ресурсній і цінній політиці підприємства.

Ефективність системи управління витратами підприємства багато в чому залежить від правильної організації їхнього аналізу. Об'єктами аналізу витрат підприємства є такі показники як: абсолютна сума операційних витрат у цілому і за елементами; витрати на гривню продукції; собівартість окремих виробів; окремі статті витрат; витрати в центрах відповідальності.

У процесі аналізу витрат фінансовий відділ підприємства має вивчити динаміку понесених витрат, виконання плану за статтями витрат, знайти відхилення та на основі проведених порівнянь за всіма показниками зробити висновки. Важливим етапом аналізу витрат є вивчення причин підвищення собівартості продукції, який включає аналіз калькуляцій окремих виробів, порівняння фактичних витрат на одиницю продукції з плановими, даними попередніх років, інших підприємств.

Таким чином, планування та аналіз поточних витрат підприємства — це необхідні процеси в діяльності суб'єкта господарювання, що дозволяють здійснювати раціональне використання ресурсів та знаходити шляхи зменшення витрачених ресурсів, на основі проведених досліджень.

Список використаних джерел:

1. Грещак М. Г. Управління витратами / М. Г. Грещак, О. С. Коцюба. – К. : КНЕУ, 2006. – 131 с.
2. Дуляба Н. І. Соціально-економічна суть та місце поточних витрат у діяльності підприємства / Н. І. Дуляба, М. Г. Шкиря // Науковий вісник НЛТУ України. – 2014. – Вип. 24 (4). – С. 290–295.
3. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати», затверджене Наказом Міністерства фінансів України від 31.12.1999, № 318 (із змінами та доповненнями).
4. Сухарева Л. А. Контролінг – основа управління бізнесом / Л. А. Сухарева, С. Н. Петренко. – К. : Ника-центр, 2005. – 208 с.
5. Турило А. М. Управління витратами підприємства / А. М. Турило, Ю. Б. Кравчук, А. А. Турило. – К. : Центр навчальної літератури, 2006. – 120с.
6. Фінансовий аналіз : навч. посіб. / М. Д. Білик, О. В. Павловська, Н. М. Притуляк, Н. Ю. Невмержицька. – К. : КНЕУ, 2005. – 592 с.

К. т. н. Джур О. Є., Борисенко М. В.

Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВ КОСМІЧНОЇ ГАЛУЗІ

Даний етап розвитку української економіки характеризується динамічними процесами інтеграції в світовий економічний простір. Практично не залишилось сфер народного господарства України, де підприємницькі структури ведуть ізолюваний характер господарювання і залежать тільки від системи державного забезпечення та управління. Підприємства космічної галузі України – важлива складова високотехнологічного сектору економіки, сьогодні практично самі вирішують питання організації та пошуку збуту своєї продукції в основному на зовнішньому ринку. В умовах нестабільної політичної та економічної ситуації в Україні на перший план виходить питання збереження потенціалу даних

підприємств, збільшення продуктивності, забезпечення результативності, ефективності та успіху підприємств космічної галузі. Особливу роль у вирішенні даного завдання відіграє організаційна культура підприємства як фактор підвищення конкурентоспроможності підприємства, що дозволяє вирішувати економічні (комерційні) та соціальні потреби індивідуумів, підприємства та суспільства в цілому.

У сучасній теорії менеджменту склалося уявлення про організаційну культуру як набір найбільш важливих припущень, прийнятих членами організації та виражених організацією в цінностях, які задають людям орієнтири їх поведінки і дій. Ці ціннісні орієнтації передаються членам організації через символічні засоби духовного і матеріального оточення організації.

Висновок Чандлера, гуря менеджменту, «структура слідує за стратегією», доповнюється висновками інших фахівців з менеджменту, що відзначають роль організаційної культури «у якості з'єднувального ланцюга між традиціями системи в минулому та інноваціями системи в майбутньому» [1, с. 390], а, отже, між внутрішнім та зовнішнім середовищем функціонування підприємства, його минулими, теперішніми та майбутніми результатами.

Існують різні типи класифікації організаційних культур у вітчизняних та закордонних джерелах. Так, у праці [2, с. 344] української вченої Солнцевої Н. В. сучасні типи організаційних культур включають: інвестиційну (інноваційну), демонстративну, ринкову, адаптивну, культуру високого ризику та швидкого зворотного зв'язку, підприємницьку, інвестиційну, культуру участі, акціонерну, культуру «крупних», культуру завдання, індивідуалістську, культуру з низьким рівнем дистанційної влади, академічну, оборонну, підприємницький тип.

На формування організаційної культури, її змісту і окремих параметрів впливає ряд чинників зовнішнього і внутрішнього оточення підприємства (рис. 1) [3].

Сучасні підприємства світового аерокосмічного бізнесу суттєво відрізняються за своїми організаційно-правовими формами та масштабом діяльності. Але розглядаючи їх діяльність через складові ієрархії стратегічних намірів

можна виділити суттєві ознаки (домінанти), що впливають на формування організаційної культури підприємств даного сектору міжнародної економіки (табл. 1).

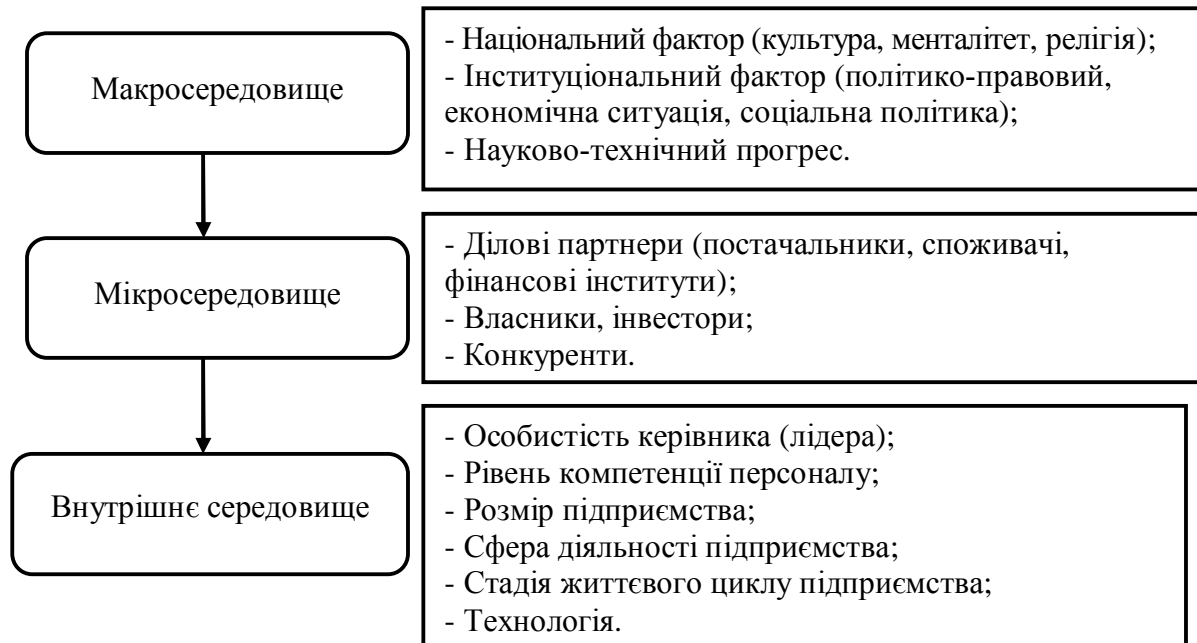


Рис. 1. Фактори, що впливають на формування організаційної культури підприємства

Таблиця 1. Приклади елементів в ієрархії стратегічних намірів деяких світових аерокосмічних компаній

Найменування компанії	Стратегічні наміри компанії
SpaceX (більше 3000 працюючих) [4]	Проектує, виробляє та запускає найбільш досконалі ракети та космічні кораблі. Компанія була створена в 2002 р. для того, щоб революціонізувати космічну технологію з кінцевою метою – дати людям можливість жити на інших планетах
Boeing (більш 165000 працюючих в США та більш ніж в 65 країнах світу) [5]	Найбільша світова компанія і ведучий виробник комерційних літаків та систем захисту та космічної безпеки. Бачення компанії Боїнг: «люди працюють разом як глобальне підприємство, щоб бути лідерами аерокосмічної промисловості». Цінності включають цілісність, якість, різноманітність та включення, довіру та повагу, корпоративне громадянство, успіх акціонерів

Для досягнення своєї мети компанія SpaceX компанія проголошує, що шукає «самих талановитих на планеті» [4]. Компанія Боїнг підкреслює, що її «культура відображає спадщину самої авіації, що побудована на основі інновацій, сильних бажань та фантазії». Принципи своєї діяльності компанія презентує суспільствам через окремі розділи, а саме: бачення, короткий виклад зобов'язань,

етика та відповідність, людські права, різноманітність та включення, освіта, військова та ветеранська робота, суспільна робота. Сама робота в компанії презентується, як «життя в компанії», а «повсюди в світі працівники Боїнг створюють щось дивовижне», оскільки «інноваційні продукти та рішення перевизначають цілу промисловість». Компанія пропонує майбутнім співробітникам допомогти «сформувати наш світ» і надає приклади реалізації цього завдання в компанії [5].

Дослідження багатьох інших результативних аерокосмічних компаній показало, що організаційна культура є важливим нематеріальним активом і стратегічним ресурсом підприємства, зосереджена на таких принципових якісних характеристиках, як 1) акцент на єдність; 2) акцент на любов у своїй діяльності; 3) лідерство; 4) відсутність меж для ментальних пропозицій та планів; 5) максимум у всьому; 6) духовне лідерство (пізнання навколишнього Космосу); 7) індивідуальна творчість; 8) забезпечення єдності буття; 9) знаходження моменту істини; 10) утримання рівноваги; 11) вибір дороги до щастя; 12) велика відповідальність; 13) зміна свідомості планети; 14) повна гармонія у свідомості; 15) гідне життя. Дослідження факторів, що впливають на формування організаційної культури аерокосмічного підприємства дозволить передбачити можливі неточності у функціонуванні підприємства та підвищить конкурентоспроможність та ефективність виробництва.

Список використаних джерел:

1. Беа Ф. К. Экономика предприятия : учеб. для вузов / Ф. К. Беа, Э. Дихтл, М. Швайтцер / пер. с нем. – М. : ИНФРА-М, 1999. – 928 с.
2. Спивак В. А. Корпоративная культура / В. А. Спивак. – СПб. : Питер, 2001. – 352 с.
3. Mechanismus der nachhaltigen entwicklung des wirtschafts systems formation : collective monograph. – Nürnberg, Deutschland, 2014. – V. 2. – p. 390.
4. Максимова Л. Н. Факторы формирования современной профессиональной культуры [Електронний ресурс] / Л. Н. Максимова. – Режим доступу : <http://jurnal.org/articles/2008/sociol3.html>
5. Сайт компанії SpaceX [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.spacex.com/careers>
6. Сайт компанії Boeing [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.boeing.com/principles>

Дзіковська К. А, д. е. н. Хамініч С. Ю.

Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ПОСЛУГ

Сучасний стан розвитку національної економіки, її суб'єктів господарювання вимагає пошуку та удосконалення виробничого процесу підприємств сфери послуг.

Враховуючи, що основна діяльність підприємства – отримання прибутку, а витрати – є однією зі складових цього процесу, то проблематика управління витратами виходить на перший план.

На сьогодні стабілізація та поживлення виробництва характеризуються посиленням конкуренції на товарних ринках, що обумовлює необхідність підвищення конкурентоспроможності підприємств.

Процес господарювання підприємств більшою мірою визначається системою управління витратами.

Управлінням вважається сукупність взаємопов'язаних дій, визначених на основі певної інформації й направлених на підтримку або поліпшення функціонування об'єкта управління у відповідності до намічених цілей [2].

Ефективне сучасне управління, яке порівняно з тим, що склалося, більш оперативно та більш адекватно реагує на всі зміни у внутрішньому виробничому та зовнішньому ринковому середовищі. Реалізація сучасного управління здійснюється за допомогою різних інструментів – методів і прийомів.

Науковці акцентують увагу на тому, що виконання основної місії підприємства (отримання прибутку та прийняття грамотних управлінських рішень) залежить від обґрунтованої класифікації витрат підприємства. Галузеві особливості підприємств сфери послуг стосовно специфіки механізму управління витратами, формування собівартості та визначення витрат потребують деталізації витрат залежно від економічної доцільності, можливостей управління ними та розрахунку собівартості і отриманого прибутку.

Некваліфіковані дії менеджерів, неможливість визначення та прогнозування критичних ситуацій у фінансово-економічній діяльності підприємств, факторів, що впливають на прибутковість підприємства приводять до зниження ефективності виробничої діяльності і в кінцевому результаті – до краху. Тому, саме формування інноваційної моделі управління витратами, особливо у сфері послуг, має першочергове значення для ведення сучасної фінансової діяльності [3].

В умовах жорсткої конкурентної боротьби підприємства сфери послуг повинні бачити не тільки свої перспективи та оцінювати прогнозовані результати, а й володіти аналітичним мисленням щодо своїх конкурентів, сегменту ринку, логічного осмислення ситуації на макрорівні.

Для цілеспрямованого формування витрат підприємствами сфери послуг необхідно виявляти та обґрунтовувати фактори, що впливають на економію ресурсного забезпечення в напрямках їх класифікації, планування, прогнозування, аналізу, обліку тощо.

В першу чергу, для прийняття грамотних управлінських рішень в аспекті управління витратами необхідно обґрунтовано провести класифікацію витрат.

Так, виявлено наступні ознаки класифікаційних груп:

1. Ступінь однорідності:

– елементні (однорідні за складом, мають єдиний економічний зміст і є первинними);

– комплексні (різнорідні за складом, охоплюють кілька елементів витрат).

2. Відповідно до зв'язку з обсягами виробництва:

– постійні (є функцією часу, а не обсягу продукції);

– змінні (загальна сума цих витрат за визначений час залежить від обсягів виробництва продукції);

– пропорційні (змінюються прямо пропорційно обсягам виробництва);

– непропорційні – прогресуючі (збільшуються швидшими темпами ніж обсяги виробництва) та дегресуючі (збільшуються повільніше, ніж обсяги виробництва);

3. В залежності від способу обчислення на одиницю продукції:

– прямі (пов'язані з виробництвом певного виду продукції та можливо їх пряме обчислення на її одиницю);

– непрямі (не можливо безпосередньо розрахувати для окремих видів продукції, тому що вони пов'язані не з виробництвом конкретних виробів, а з процесом виробництва в цілому.)

Використання комплексу ознак витрат підприємства сприятиме ефективному управлінню ними, і тим самим підвищенню конкурентоспроможності і ефективності виробничо-господарської діяльності.

Список використаних джерел:

1. Антикризисное управление : учеб. – 2-е изд., доп. и перераб. / под ред. проф. Э. М. Короткова. – М., 2008. – 620 с.
2. Економіка підприємства : підруч. / за заг. ред. С. Ф. Покропивного. – 3-тє вид., без змін. – К. : КНЕУ, 2006. – 528 с.
3. Калина А. В. Современный экономический анализ и прогнозирование (микро- и макро- уровни) : учеб.-метод. пособ. / А. В. Калина, М. И. Конева, В. А. Яценко. – 3-е изд., перераб. и доп.– К. : МАУП, 2003. – 416 с.
4. Шим Дж. Методы управления стоимостью и анализа затрат / К. Дж. Шим, Г. Дж. Сигел; пер. с англ. – М. : Филинь, 1996. – 344 с.

Добрянский С. В., к. гос. упр. Величко Л. А.

Днепропетровский национальный университет имени Олеся Гончара (Украина)

ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ УПРАВЛЕНИЯ РАСЧЕТАМИ С КОНТРАГЕНТАМИ

Важной составляющей финансово-экономической деятельности любого предприятия являются расчеты с контрагентами. Они неразрывно связаны с входными и выходными денежными потоками, которые составляют основу процесса обеспечения непрерывной деятельности субъектов хозяйствования. Затягивание сроков получения платежей и погашения обязательств приводит к замедлению операционного цикла и снижению деловой активности предприятия.

Следует отметить, что управление расчетами с контрагентами является важнейшей частью управленческой работы, поскольку на этом этапе формируется основная часть доходов и денежных поступлений предприятий. С помощью расчетов можно направить и обеспечить предприятие сырьем, материалами, топливом, тарой, а также осуществить реализацию готовой продукции.

Основными задачами управления расчетами с контрагентами являются: формирование полной и достоверной информации о состоянии расчетов; обеспечение информацией, необходимой внутренним и внешним пользователям отчетности; контроль за соблюдением договорных форм расчетов с контрагентами; контроль за состоянием дебиторской и кредиторской задолженности; своевременная сверка расчетов с дебиторами и кредиторами для исключения просроченной задолженности; контроль за верным определением количества, качества, стоимости товаров, поступивших своевременно и качественное оформление документов; контроль за своевременным и полным оприходованием товаров; контроль за осуществлением своевременных и правильных расчетов с контрагентами.

Кредиторская и дебиторская задолженность составляют существенную долю в соответствии оборотных активов и текущих обязательств предприятия – в некоторых отраслях до 40-50%, а это означает, что достоверность этих показателей необходима для обеспечения достоверности финансовой отчетности в целом [2].

Анализ ситуации на предприятиях Украины свидетельствует о необходимости широкого внедрения действенного внутривозвратного контроля за расчетами с контрагентами. Это обеспечит управленческий персонал достоверной и максимально полной информацией о состоянии, структуре динамики отношений с контрагентами и поможет правильно определить основные направления деятельности и задачи, которые стоят перед предприятием.

Важной составляющей процесса оперативного и качественного управления предприятием является документирование учета расчетов с контрагентами. Если на предприятии не налажен документооборот расчетов с контрагентами

тогда управление вообще неэффективно, поскольку возрастает вероятность штрафных санкций за несвоевременность уплаты поставщикам или оприходования материалов, не контролируются действия материально ответственных лиц, угрожает информационной безопасности и снижает прибыль предприятия [1].

Несвоевременные расчеты формируют задолженность между производителем и потребителями продукции, ведут к несвоевременным выплатам наличными в счет заработной платы, что вызывает недовольство работающих и ухудшает социальное положение. Именно поэтому необходимо усовершенствовать управление расчетами предприятия с контрагентами.

Следовательно, учет расчетов с контрагентами является важнейшим участком деятельности предприятия, поскольку на этом этапе формируется основная часть доходов и денежных поступлений предприятий. Оптимизация управления расчетов с контрагентами является одной из важнейших сфер внимания любого торгового предприятия.

Список использованных источников:

1. Власюк Г. В. Пути совершенствования бухгалтерского учета расчетов с поставщиками / Г. В. Власюк // Государство и регионы. – 2009. – № 5. – С. 40–44.
2. Зеленко С. В. Учетно-аналитическое обеспечение управления кредиторской задолженностью за товары, работы и услуги / С. В. Зеленко // Экономические науки. – 2014. – № 11 (41). – С. 65–71.

Доновська Д. Ю.

Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

СТРАТЕГІЧНІ ПРІОРИТЕТИ РОЗВИТКУ ПАТ «УКРТЕЛЕКОМ»

На українському ринку телекомунікаційних послуг компанія ПАТ «Укртелеком» є монополістом сегменту фіксованого телефонного зв'язку, а також є конкурентоспроможним постачальником інших видів телекомунікаційних послуг [1].

На своєму сайті компанія відзвітувала про результати 2015 року за ключовими показниками діяльності (табл. 1) [2].

Таблиця 1. Ключові показники діяльності ПАТ «Укртелеком», млн грн

Q1 2015	Q2 2015	Q3 2015	Q4 2015	Результати	2015	2014	Приріст
1667	1646	1691	1769	Дохід	6773	6190	9%
-166	307	352	-48	Чистий прибуток	445	430	3,4%
Кількість абонентів, млн абон.							
7509	7368	7202	6543	Абонентська база, телефонія	6543	7450	-12,2%
1622	1631	1631	1626	Абонентська база, інтернет	1626	1604	1,4%
34	45	56	66	Абонентська база, IPTV	66	19.1	242,9%

Із даних у таблиці можна побачити, що у 2015 році компанія отримала дохід у розмірі 6,77 млрд грн, що перевищує розмір доходу попереднього року на 9% або на 583 млн грн, а чистий прибуток – на 3,4%. Під час проведення презентації, генеральний директор ПАТ «Укртелеком» Юрій Курмаз, заявив, що капітальні витрати були завищені згідно стратегічним цілям підприємства. Компанія акцентувала свою діяльність на зміні операційної моделі, оптимізації бізнес-процесів, на зниженні операційних витрат та на впровадженні нових послуг на ринок [3].

Майже всі показники ємності абонентської бази, окрім сегменту фіксованої телефонії, показали приріст (табл. 1). Відтік абонентів фіксованої телефонії склав 907 млн абонентів, що дорівнює 12,2%. Головною причиною значного відтоку абонентів у компанії називають зміну методів підрахунку абонентської бази – у результаті масового вимушеного переселення зі східних областей України, кількість активних стаціонарних телефонів суттєво зменшилась [3]. Однак, у компанії також наголошують на тому, що тенденція падіння числа абонентів фіксованої телефонії спостерігається по усьому світу і єдине чим можна протистояти цьому – утримувати темпи падіння. Очевидно, що інвестицій у цей напрям телекомунікаційної діяльності не буде, а компанія буде концентрувати зусилля на ринках, що розвиваються.

Абонентська база послуг IPTV у 2015 році зросла на 242,9% (табл. 1). Компанія анонсувала про розробки у напрямі надання послуг цифрового

інтерактивного телебачення або IPTV ще у 2007 році, а запустила тестовий сервіс IPTV під назвою «ОГО!» у 2011 році. На сьогодні діяльність компанії у напрямі інтерактивного TV є налагодженою і спектр послуг вражає – доступ до понад 120 телеканалів, послуга батьківського контролю, ТВ-пауза та багато іншого [2].

Доходи від телекомунікаційної діяльності компанії складають 90 відсотків всіх доходів, інші 10 – оренда та продаж майна, утилізація застарілого обладнання [2]. Слід розглянути доходи компанії за сегментами ринку телекомунікаційних послуг – споживчим, операторським та обслуговуванні бізнес-структур (рис. 1).

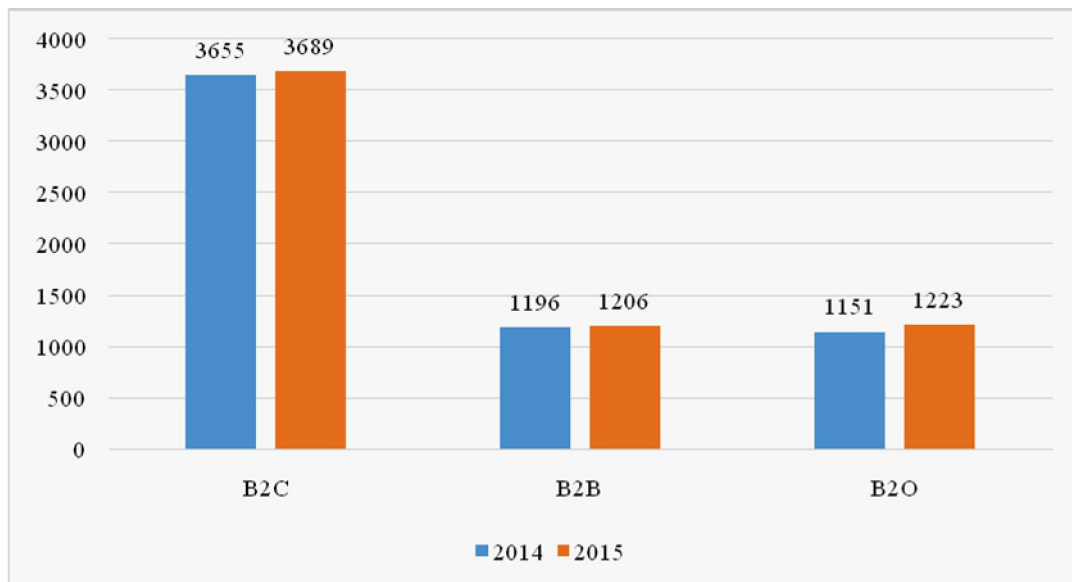


Рис. 1. Зміни структури телекомунікаційних доходів ПАТ «Укртелеком» за сегментами ринку у 2014-2015 рр.

Доходи за всіма трьома сегментами ринку телекомунікаційних послуг мають позитивну тенденцію. У споживчому сегменті зростання доходів склало 0,93% або 34 млн грн, у операторському сегменті – 10 млн грн або 0,83% та у секторі обслуговування бізнес-структур – 72 млн грн або 6,25%. Отже, у 2015 році сектор обслуговування бізнес-структур показав найвищий результат зростання доходу. Незначне підвищення доходів від сектору B2C пов'язане зі зростанням середнього доходу від стаціонарного телефону з 31,1 грн до 34,3 грн, а також з поширенням надання послуг IPTV за рахунок введення акційних пропозицій [2].

У бізнес-сегменті зростання доходів стало наслідком розширення пакету корпоративних телекомунікаційних послуг, зокрема за рахунок введення хмарної АТС, приєднання функції інтерактивного телебачення, приєднання оптичного інтернету та оптимізації його швидкості у рамках 100 Мбіт/с, покращення якості обслуговування приватних віртуальних мереж та введення надання послуг інтернет-телефонії [2].

Отже, виходячи з порівняння ключових телекомунікаційних показників ПАТ «Укртелеком», можна спостерігати структурні зміни доходів за сегментами телекомунікаційного ринку. Якщо розглядати діяльність компанії за допомогою матриці БКГ, то очевидно, що у секторі фіксованого телефонного зв'язку підприємство утримує свої позиції по типу «Собаки», а позиції у секторах Інтернет та IPTV—«Дійні корови». Досягнення позитивних тенденцій зміни чистого прибутку вдається лише за рахунок Інтернет та IPTV.

Список використаних джерел:

1. Звіт про роботу Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері зв'язку та інформатизації за 2014 рік [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://nkrzi.gov.ua/images/upload/142/5369/r165_dod_2015-03-24.pdf
2. Офіційний сайт ПАТ «Укртелеком» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrtelecom.ua>
3. Результаты 2015 года Укртелекома: падение доходов от телефонии компенсируется ростом интернета [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://gagadget.com/21262-rezultaty-2015-goda-ukrtelekoma-padenie-dohodov-ot-telefonii-kompensiruetsya-rostom-interneta>

К. е. н. Дробишева О. О., Предеус А. В.

Запорізька державна інженерна академія (Україна)

ОСОБЛИВОСТІ ТА КЛАСИФІКАЦІЯ ФАКТОРІВ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Ефективність діяльності – це результативність господарювання. Забезпечення ефективної діяльності – першочергове практичне завдання для кожного промислового підприємства. Економічною ефективністю вважають зв'язок між

результатом діяльності і витратами, що здійснені для отримання цього результату.

Ефективність діяльності виражається відносними показниками, що розраховуються виходячи з абсолютних показників результату і витрат підприємства.

Критерій ефективності в економічній літературі формулюється по-різному:

- максимум результату при оптимальній величині витрат;
- максимум результату при мінімумі витрат;
- максимум результату на одиницю витрат;
- мінімум витрат на одиницю результату [1, с. 4].

Кожен з показників діяльності підприємства залежить від безлічі різних факторів. Якщо детально вивчати вплив чинників на величину економічного показника, то буде отримано найбільш точний результат аналізу і оцінка якості діяльності підприємства. Отже одним з найважливіших методичних питань в аналізі економічної діяльності є дослідження і вимірювання впливу різного роду факторів на значення досліджуваних економічних показників. Без всебічного і глибокого аналізу факторів неможливо прийти до обґрунтованого висновку про результативність діяльності, не можна виявити резерви виробництва, а й, відповідно, обґрунтувати управлінські рішення.

Розрізняють об'єктивно і суб'єктивно обумовлені фактори, тобто шляхи впливу на показники за допомогою різних організаційно-технічних заходів. Фактори, що впливають на ефективність діяльності підприємства, відповідно до категорій показників можна поділити на: загальні (характер виробництва і його галузеві особливості, стан матеріально-технічної бази), специфічні (співвідношення між формами організації управління, між формами управління і методами управління, ступінь відповідності структури апарату управління, рівень механізації і автоматизації управлінських робіт, рівень кваліфікації працівників і ефективність їх праці), особливі (фактори невизначеності та ризику), структурно-організаційні (організаційна структура управління, виробництва, постачання та збуту, виробничо-економічних зв'язків), інтенсивні (зростання продуктивності

праці, фондівіддачі, матеріалівіддачі та зниження капітало-, фондо- та трудоемності), екстенсивні (зростання обсягу виробничих ресурсів), галузеві (загальні та структурні характеристики галузі в структурі національного господарства, кон'юнктура галузевого ринку), територіальні (географічне розташування, природно-кліматичні умови, потенціал ринку та інвестиційний ринок) [2, с. 18].

Практичне значення комплексної класифікації факторів, що впливають на ефективність діяльності підприємства, зводиться до того, що на її основі можна моделювати діяльність, тобто безпосередньо впливати, а також здійснювати пошук резервів для підвищення ефективності ринкової діяльності. Математичне моделювання факторів системи економічної діяльності, засноване на ряді економічних критеріїв виділення факторів, як елементів факторної системи причинності, самостійності існування, специфічності і можливості кількісного обліку й вимірювання.

Існує безліч класифікацій факторів, що впливають на ефективність роботи. Так, наприклад, фактори бувають загальними і приватними. Загальні чинники впливають на ряд досліджуваних показників, в той час, як приватні є специфічними для кожного з показників.

Важливе значення, з огляду на завдання оцінки ефективності діяльності, відіграє групування факторів на внутрішні і зовнішні. До внутрішніх відносяться: матеріально-технічні, організаційно-управлінські та соціально-економічні. Зовнішні фактори поділяються на ринкові, кон'юнктурні, правові та адміністративні.

Фактори ефективності діяльності поділяються на загальні та специфічні. Загальні фактори мають місце у всіх сферах економіки, специфічні окремих галузях, або на конкретних підприємствах. Дана класифікація факторів допомагає більш повно врахувати особливості окремих підприємств і галузей, а також дати точну оцінку їх діяльності. Якщо при аналізі ефективності ставиться мета – виміряти той чи інший вплив факторів, то застосовується класифікація факторів на кількісні та якісні, прямі і непрямі, прості і складні. Кількісні чинники висловлюють кількісну оцінку явища (кількість обладнання, працівників, ресурсів

і так далі), якісні фактори оцінюють внутрішні якості та особливості, досліджуваного явища або процесу (продуктивність праці, рентабельність і так далі). Багато факторів, які розглядаються в оцінці ефективності діяльності підприємства, складаються з ряду елементів. Але при цьому існують чинники, які не розкладаються на складові елементи. Саме тому фактори ефективності діяльності ділять на прості (кількість робочих днів у періоді) і складні (продуктивність). Оскільки одні чинники безпосередньо впливають на результативний показник, а інші мають непрямий вплив, то у зв'язку з цим розрізняються чинники першого, другого і наступних рівнів.

Таким чином, щоб оцінити вплив факторів на ефективність діяльності підприємства, необхідно проведення економічного аналізу, за допомогою якого вивчаються і оцінюються факти і процеси комерційної діяльності.

Список використаних джерел:

1. Мазурова И. И. Анализ эффективности деятельности предприятия : учеб. пособ./ И. И. Мазурова, Н. П. Белозерова, Т. М. Леонова, М. М. Подшивалова. – СПб. : Изд-во СПбГУЭФ, 2010. – 113 с.
2. Мадрига Г. М. Теоретичні підходи до аналізу факторів впливу на ефективність діяльності малих підприємств / Г. М. Мадрига // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – 2012. – № 739 : Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. – С. 16–21.

Євсевська Л. В., Громова А. С.

Запорізька державна інженерна академія (Україна)

СТРАТЕГІЧНІ ОРІЄНТИРИ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В ІНТЕГРАЦІЙНИХ УМОВАХ

Сучасні умови розвитку світового господарства, глобалізаційні та інтеграційні трансформації, інтенсифікація внутрішньодержавних економічних процесів, посилення світової та національної конкуренції визначають об'єктивну необхідність адаптації організаційно-економічних та господарсько-управлінських

функцій підприємства до нових умов ведення бізнесу. У складних умовах сучасної глобалізації економіки України під впливом світогосподарських закономірностей та тривалої економічної кризи відбувається трансформація форм господарювання, перерозподіл власності та пошук найбільш ефективних передумов та оптимальних засад існування бізнесу.

Ускладнені можливості функціонування підприємств потребують невідкладного пошуку ефективних рішень виходу з кризи та якнайшвидшого визначення стратегічних орієнтирів розвитку, які б дозволили підприємствам витримати навантаження складної економічної ситуації, забезпечити безперервність своєї діяльності та пристосуватися до роботи в інтеграційних умовах.

Для визначення стратегічних орієнтирів діяльності підприємства необхідно, перш за все, чітко усвідомлювати важливість, багатоспрямованість та призначення стратегічного управління підприємством, оскільки саме воно виявляється надзвичайно важливим засобом захисту від невизначеності численних внутрішньогосподарських та зовнішніх пристосувань і перетворень, реальним інструментом створення передумов для виживання в умовах глобалізації та ризику.

На думку фахівців, стратегічне управління являє собою таке управління підприємством, яке спирається на людський потенціал, орієнтує виробничу діяльність на запити споживачів, здійснює гнучке регулювання і своєчасні зміни, які відповідають виклику з боку оточення і дозволяють набути конкурентних переваг, що в результаті забезпечує стабільне функціонування і розвиток підприємства, досягнення його цілей в довгостроковій перспективі [1, с. 9]. До того ж, стратегія підприємства є певним набором напрямів діяльності, цілей і способів їх досягнення для забезпечення максимально ефективного функціонування і розвитку підприємства за рахунок формування і раціонального використання його конкурентних переваг [1, с. 14]. Це визначення стратегії виходить з п'яти основних положень, які необхідно враховувати при розробці стратегічних орієнтирів діяльності підприємства в інтеграційних умовах господарювання (рис. 1) [складено за 1].

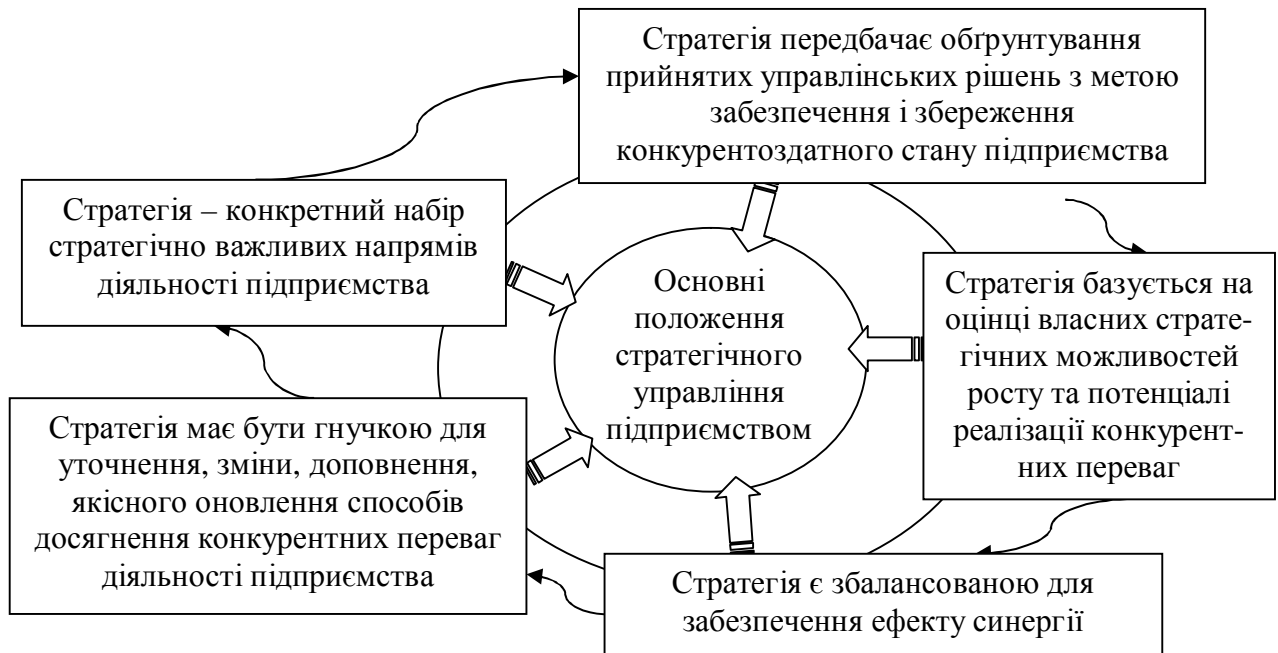


Рис. 1. Основні положення стратегічного управління підприємством

Спираючись на виділені основні положення стратегічного управління підприємством, головними стратегічними орієнтирами діяльності підприємства в сучасних інтеграційних умовах можна вважати такі:

- збалансоване використання наявних ресурсів та максимальне залучення потенціалу підприємства до реалізації стратегічних і тактичних завдань розвитку;
- періодичний перегляд і переосмислення конкурентних переваг підприємства в умовах мінливого середовища для підтримки і забезпечення їх високого рівня;
- виділення ключових цінностей підприємства для формування корпоративної культури бізнесу;
- забезпечення достатнього рівня соціальної відповідальності для підтримки досягнутого рівня репутації підприємства;
- глибоке розуміння визначальних економічних, техніко-технологічних, соціальних, маркетингових та інших перетворень.

Підприємство як відкрита економічна система постійно перебуває під впливом умов зовнішнього і внутрішнього середовищ. Тому для кожного підприємства, яке має на меті залишитися не лише діючим, а й досягнути певного

рівня стабільності, управління своєю практичною діяльністю повинно спиратися на визначальні орієнтири функціонування, які враховують поточні і стратегічні напрямки збалансованого розвитку.

Список використаних джерел:

1. Довбня С. Б. Стратегія підприємства : навч. посіб. / С. Б. Довбня, А. О. Найдовська, М. М. Хитько. – Дніпропетровськ : НМетаАУ, 2011. – Ч. 1. – 71 с.

Євтіщенко А. С., к. е. н. Калініченко З. Д.

Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

МОЖЛИВОСТІ І СФЕРА ЗАСТОСУВАННЯ БАЛАНСОВОГО МЕТОДУ ПРИ ПЛАНУВАННІ МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

Проблематика використання балансового методу при плануванні матеріально-технічного забезпечення є актуальною у зв'язку з завданнями підприємств по зниженню та розподіленню витрат. Нами проаналізовано можливості використання балансового методу як економічного інструменту.

Вдосконалення моделей і підходів до використання та потенціал балансового методу при плануванні матеріально-технічного забезпечення підприємства пов'язані з урахуванням усіх складових матеріальних ресурсів.

Матеріально-технічне повне забезпечення – це процес постачання від контрагентів підприємству необхідних видів матеріально-технічних ресурсів у певний термін і в обсягах, потрібних для нормальної ефективної роботи.

Балансовий метод – як класичний, так і сучасний інструмент, за допомогою якого реалізується принцип збалансованості і пропорційності. Балансово-сальдовий метод є дієвим інструментом, який дозволяє здійснити повне управління матеріально-технічним забезпеченням на основі деталізації складу, збалансованості і принципів пропорційності при розподілі.

Балансовий метод використовується для відображення співвідношень, пропорцій двох взаємозалежних і урівноважених груп показників, підсумки яких повинні бути рівнозначними. Спосіб збалансування полягає в порівнянні, співставленні двох комплексів показників, які прагнуть до певної рівноваги.

Основне складене балансове рівняння у розрахунках має вигляд моделі:

$$O_n + H = H_B + O_k, \quad (1)$$

де O_n – остаток ресурсів на початок періоду;

H – надходження ресурсів за період, який аналізується;

H_B – напрямки цільового використання ресурсів за період, який аналізується;

O_k – остаток ресурсів на кінець періоду та він же остаток ресурсів на початок наступного періоду в фактичній наявності.

Слід зазначити, що у науковій літературі існує кілька підходів до визначення обсягів залишків ресурсів на кінець розглянутого періоду, найбільш поширеними з яких є нормативний та бухгалтерський підходи.

Формула балансу матеріально-технічного забезпечення для кожного виду ресурсу має вигляд:

$$P_{\text{вир}} + P_k + P_{\text{уо}} + P_{\text{рем}} + P_{\text{ін}} + Z_{\text{пер}} = O_k + M + H, \quad (2)$$

де $P_{\text{вир}}$ – потреби в зазначеному виді ресурсів на виконання виробничої програми;

P_k – потреби для забезпечення капітального будівництва;

$P_{\text{уо}}$ – потреби на заходи для вдосконалення устаткування;

$P_{\text{рем}}$ – потреби на ремонтно-експлуатаційні заходи.

Потреби на ремонтно-експлуатаційні заходи включають витрати на:

- ремонт основних засобів підприємства;
- здійснення плану технічного розвитку й організації випуску продукції по впровадженню нової техніки і технології;
- випуск інструменту та пристроїв;
- поточні експлуатаційні і допоміжні витрати.

Пін – інші потреби в ресурсі;

Зпер – величина перехідних запасів;

Оч – очікуваний остаток виду ресурсів на початок планового періоду;

М – мобілізація внутрішніх резервів;

Н – надходження матеріалів від постачальників.

Кожна частка цього балансу визначається як алгебраїчна сума інших. На наступному етапі аналізу необхідно враховувати економічний зміст показників.

Основною умовою правильності складання балансу є рівність його частин – ресурсної та розподільної. Після закінчення попередніх розрахунків за різними статтями балансу необхідно здійснити їх взаємну ув'язку. Відхилення величини перехідних запасів від нормативного значення є індикатором наявності диспропорцій між ресурсною та розподільною частинами балансу МТЗ. В цьому випадку слід розробити заходи для ліквідації дисбалансу.

На основі розрахунків балансу матеріально-технічного забезпечення за періодами визначається розмір матеріальних ресурсів, які необхідно закупити підприємству, щоб використати найефективніше. Ця величина встановлюється як різниця між загальною потребою і внутрішніми осередками надходження ресурсів.

Після створення балансів здійснюється подальше управління розподілом матеріальних ресурсів, що входять до складу матеріальної основи підприємства

Результати отримані в ході складання балансу, надалі доцільно використовувати при проведенні аналізу використання матеріальних ресурсів та плануванні шляхів економії через зниження.

Висновки. Дослідження показує, що балансовий метод є дієвим інструментом, застосування якого при плануванні ринкових поставок матеріалів від традиційних та нових господарських структур дозволяє реалізувати принципи збалансованості і пропорційності потреб підприємства в різноманітних матеріальних ресурсах, та можливості покриття цих потреб з розбивкою за джерелами надходження, постачальниками.

Список використаних джерел:

1. Шкода М. С. Удосконалення управління матеріально-технічним забезпеченням підприємства : зб. наук. праць / М. С. Шкода. – 2011. – Т. 33. – С. 354–362.
2. Шаповалова Е. Н. Балансовый метод в анализе развития региональной экономики / Е. Н. Шаповалова, А. С. Рябченко // Вісник Одеського національного унів-ту ім. І. І. Мечникова. – 2013. – Т. 18, № 2/1. – С. 219–221.
3. Белюсева С. В. Балансовый метод планирования незавершенного производства промышленного предприятия / С. В. Белюсева, О. А. Лузгина // Известия вузов. Поволжский регион. – 2011. – № 3 (19). – С. 107–114.

К. е. н. Єлець О. П., Грюкова О. Л.

Запорізька державна інженерна академія (Україна)

МЕТОДИ ПЛАНУВАННЯ ПРИБУТКУ

Планування – це, в першу чергу, процес, який використовують для визначення основних цілей підприємства на певну перспективу, процес, який передбачає обрання найбільш оптимального шляху досягнення мети та найбільш раціонального ресурсного забезпечення. Важливу роль у діяльності підприємств відіграє планування прибутку, тому що прибуток залишається одним із найбільш вагомих показників ефективної роботи підприємства. Прибуток є часткою доходу підприємства, яка відображає частину вартості продукту, створеного працею. В умовах сьогодення вибір методу планування прибутку стає запорукою його можливого зростання, ефективного самофінансування підприємницької діяльності, здійснення відтворення виробництва, як простого, так і розширеного, а також задоволення його потреб.

В практиці планування існують три традиційні методи для планування прибутку. Метод прямого розрахунку сьогодні є найбільш використовуваним. Його доцільно застосовувати при асортименті продукції, невеликому за розміром. Метод є нескладним, адже потребує простих розрахунків, які передбачають вирахування з виручки від реалізації продукції в цінах продажу (без урахування ПДВ, акцизів, різних знижок) повної собівартості. Тобто, в основі цього методу покладено розрахунок фінансового результату за асортиментом.

На практиці метод прямого розрахунку найчастіше використовують для того, щоб довести доцільність впровадження нового проекту, розширення діючого виробництва, створення нового підрозділу, або підприємства.

Треба зазначити, що вагомим плюсом методу прямого розрахунку є його доволі прості формули для обчислення прибутку, але необхідно пам'ятати, що він доцільний лише при плануванні на короткий період часу.

Другий метод, який застосовується при невеликих коливаннях в асортименті продукції, а також за умови відсутності інфляційних процесів та зростання ціни, називається аналітичним. Алгоритм розрахунку прибутку за цим методом можна представити у вигляді трьох основних етапів:

- 1) визначається рентабельність. Зазвичай використовують базову рентабельність, тобто відношення звітного прибутку до звітної собівартості продукції;
- 2) розраховується плановий обсяг продукції за звітною собівартістю і визначається фінансовий результат на основі базової рентабельності;
- 3) аналізується вплив на плановий прибуток таких факторів, як підвищення якості продукції, перегляд асортименту, ціни, зменшення собівартості продукції тощо.

Аналітичний метод, як і метод прямого розрахунку, має свою перевагу, яка полягає у врахуванні впливу на прибуток різних факторів.

Третій метод базується на визначенні критичного обсягу виробництва, тобто на розрахунку обсягу виробництва, при якому підприємство прибуток не буде отримувати, а лише буде покривати свої витрати. Наприклад, Н. Кіндзерська визначає точку беззбитковості як такий розмір виручки, при якому підприємство не одержує жодного фінансового результату, ані прибутку, ані збитку.

Основою цього методу є розрахунок маржинального прибутку та принцип розподілу витрат в залежності від впливу на витрати обсягу виробництва, тобто на постійні та змінні.

Звичайно, окрім так званих традиційних методів планування прибутку існують й інші, такі як, наприклад, прогноз рентабельності, аналіз перекриття

ліміту рентабельності або ліквідності. Так, Я. О. Панасюк зазначає, що використання методу аналізу ліміту рентабельності дає можливість проаналізувати взаємозв'язок еластичності підприємства й планового прибутку відповідно до зміни величини витрат при обороті капіталу.

Отже, процес планування прибутку – це складний процес, який передбачає проведення поглибленого детального економічного аналізу всіх показників за звітний період, визначення планових показників прибутку та розробку відповідного плану. Для забезпечення складання ефективного плану прибутку необхідно мати не лише об'єктивні аналітичні дані за попередні роки, але й вміти правильно обрати метод планування прибутку з урахуванням всіх особливостей в роботі підприємства, а також умов, які склалися у зовнішньому середовищі.

Список використаних джерел:

1. Панасюк Я. О. Теоретичні аспекти формування і розподілу прибутку підприємства [Електронний ресурс] / Я. О. Панасюк. – Режим доступу : <http://s-journal.cdu.edu.ua/base/2008/v6/v6pp134-136.pdf>
2. Кобизька Ю. В. Система управління прибутком підприємства [Електронний ресурс] / Ю. В. Кобизька, О. В. Люта // Молодіжний науковий вісник УАБС НБУ, Серія: Економічні науки. – 2013.– №3.
3. Кіндзерська Н. Методи планування прибутку на підприємстві [Електронний ресурс] / Н. Кіндзерська // IV Всеукр. студ. наук.-техн. конф. «Природничі та гуманітарні науки. Актуальні питання». – Режим доступу : http://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/123456789/10205/2/Conf_2011v2_Kindzerska_N-Metody_planuvannia_prybutku_67.pdf

К. е. н. Єлець О. П., Лось А. П.

Запорізька державна інженерна академія (Україна)

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ПІДПРИЄМСТВА

Сьогодні в Україні окрім загострених політичних ситуацій, присутні ще й значні економічні проблеми. Так можна відзначити деградацію більшості промислових виробництв, які вже практично мають повсюдний характер. Невелика підтримка підприємств з боку держави, скорочення власних ресурсів

для обладнання виробництва, відсутність бажання інвестувати власні кошти у відтворення підприємств призвели до того, що у розпорядженні значної частини вітчизняних підприємств залишилися практично повністю фізично та морально зношені основні виробничі засоби. Саме тому, проблема визначення ефективності використання основних засобів, та пошук шляхів їх більш продуктивного застосування, є на сьогодні актуальною.

Вдале управління основними фондами розглядається як їх дієве використання у виробничому обороті. Основні засоби – це фонди, які використовуються у виробництві довгостроковий час, вони поволі втрачають свою первісну вартість через фізичне спрацювання, та переносять її на продукцію, роботи або послуги за рахунок амортизації.

Значну роль в діяльності та розвитку будь-якого підприємства відіграє ефективне застосування основних фондів. Завдяки цьому на підприємстві можна досягти зростання технічного рівня виробництва, збільшення економічного та виробничого потенціалу. З'являються більш широкі можливості для диверсифікації виробництва, випуску нового продукту, який буде більш рентабельним та більш бажаним для споживачів. Ефективність використання основних фондів також сприяє виробництву якісної продукції та зростанню продуктивності праці.

Для ефективної діяльності підприємства значну роль відіграє стан основних фондів. Необхідно зазначити, що їх технічний стан є матеріальним відображенням науково-технічного прогресу, який відіграє роль головного чинника в підвищенні ефективності здійснення виробничого процесу. Тому не дивно, що оцінки стану основних фондів є найбільш дієвим інструментом управління технічним забезпеченням.

Для підняття рівня використання основних фондів необхідно розробляти конкретні заходи, які дозволять досягти більшої віддачі основних фондів, а їх прикладне вживання дозволить використати існуючі резерви для підвищення їх ефективності.

Серед дієвих напрямів підвищення ефективності використання основних фондів є зростання продуктивності на одиницю часу роботи обладнання, найбільш

можливе зменшення його простоїв; дотримання пропорційності і змінності у роботі обладнання; ефективний процес контролю, введення в дію прогресивних технологій, сучасних технологічних ліній, устаткування, машин, стрімке освоєння проектних виробничих потужностей.

Провідною ознакою зростання рівня застосування основних засобів на підприємстві є збільшення обсягу продукції, яка виробляється. Всі заходи і технічні, і організаційні, і економічні, спрямовані на досягнення цієї мети можна розбити на дві групи. Перша група передбачає підвищення екстенсивної завантажки обладнання. Екстенсивний напрям позитивний тим, що не потребує додаткових капітальних вкладень, але треба пам'ятати про обмеження завантаження обладнання календарним фондом часу.

Друга група включає заходи щодо збільшення інтенсивної завантажки устаткування. Ці заходи практично не обмежують зростання продуктивності обладнання, але потребують значних капіталовкладень.

Отже, основні фонди є основою матеріально-технічної бази підприємства. Від їх технічного стану та ефективності їх використання залежить виробництво продукції. Тому, підприємство має своєчасно вирішувати проблеми використання основних фондів: модернізувати їх, усувати простої, збільшувати рівень фондівіддачі та продуктивності роботи устаткування, що дасть можливість збільшити обсяг виробництва та ефективність роботи підприємства.

Список використаних джерел:

1. Півторак А. Напрями підвищення ефективності використання основних засобів підприємства [Електронний ресурс] / А. Півторак, Л. В. Шостак. – Режим доступу : <http://www.srw.kspu.edu/?p=630>
2. Мацибора В. І. Економіка підприємства : навч. посіб. для вузів / В. І. Мацибора, В. К. Збарський, Т. В. Мацибора. – К. : Каравела, 2008. – 312 с.
3. Економіка підприємства: уведення в спеціальність : навч. посіб. / за наук. і заг. ред. В. А. Ткаченка. – К. : Центр навчальної літератури, 2003. – С. 99.
4. Панасюк А. В. Шляхи підвищення ефективності використання основних фондів підприємства [Електронний ресурс] / А. В. Панасюк, Н. М. Богацька. – Режим доступу : http://www.rusnauka.com/9_NND_2013/Economics/10_132289.doc.htm

Захарова Д. С.

Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ ГАЛУЗІ МАШИНОБУДУВАННЯ НА СВІТОВОМУ РИНКУ

Промисловість України відіграє провідну роль у формуванні фундаменту для соціально-економічного розвитку та зростання. Машинобудування є складною і комплексною галуззю, яка посідає одне з головних місць у структурі промислової діяльності. Це проявляється в його значному впливі на розвиток інших галузей, наприклад, через забезпечення ефективним та якісним обладнанням. На сучасному етапі розвитку ринкових відносин підприємства галузі машинобудування функціонують у складній економічній ситуації, яка формується, зокрема загостренням конкуренції з боку іноземних товаровиробників та відсутністю розвинених ринків збуту. Боротьба підприємств за ринки збуту вважається основною рушійною силою у сучасній економічній системі, а забезпечення відповідного рівня конкурентоспроможності підприємств на внутрішніх і зовнішніх ринках являється гарантією успішної діяльності держави.

Проблемою вітчизняного машинобудівного комплексу є знаходження і шляхи проникнення на нові ємні ринки збуту, оскільки вони характеризуються високим рівнем конкурентної боротьби і вимагають високої якості продукції, яку нездатна забезпечити відстала галузь. Серед основних факторів, які спричинили сповільнення темпів зростання і зумовили відсталість галузі від іноземних конкурентів можна виділити такі, як нестабільна політична ситуація, звуження внутрішнього ринку, недосконала система управління галуззю, застаріле обладнання та технології, відсутність системи стратегічного планування, низький рівень інноваційної активності, недостатній рівень інвестиційних ресурсів, подорожчання фінансових ресурсів та жорсткість умов їх залучення, висока собівартість виробництва, відтік кваліфікованих кадрів тощо. На практиці продукція машинобудівної галузі часто виявляється морально застарілою.

Машинобудівний комплекс України включає більше 20 спеціалізованих галузей, тобто практично всі галузі, тому відіграє істотну роль у формуванні економічної системи держави [1].

Підвищення конкурентоспроможності українського машинобудівного комплексу стримується і низкою зовнішніх чинників, а саме неконтрольованим підвищенням цін на сировину, комплектуючі вироби, енергоресурси тощо; відсутністю чітких національних пріоритетів розвитку машинобудівної галузі; високим рівнем державної заборгованості тощо.

Нездатність вітчизняних підприємств машинобудівної галузі вести реальну конкурентну боротьбу із іноземними фірмами обумовлена трьома основними факторами.

По-перше, європейські конкуренти володіють сучасними технологіями і багаторічним досвідом у сфері створення машин і обладнання, що забезпечує істотне випередження українських конкурентів у науково-технічній сфері за якістю, надійністю та довговічністю продукції.

По-друге, провідні іноземні фірми мають можливість істотно скоротити трансакційні витрати клієнтів за рахунок наявності у них необхідних досвіду та засобів для реалізації проектів «під ключ».

І по-третє, зарубіжні машинобудівники здатні працювати із замовленнями в кредит із пільговими ставками відсотків з відстрочкою платежу на тривалий період часу, що особливо актуально для вітчизняних підприємств в умовах дефіциту ліквідності. Українські машинобудівні фірми такими можливостями і відповідними вільними фінансовими ресурсами не володіють [3].

Таким чином бачимо, що проблема конкурентоспроможності машинобудівного комплексу України на міжнародному ринку характеризується складністю і комплексністю. Україна потребує формування та поетапної реалізації національної стратегії розвитку машинобудівної галузі, яка б враховувала усі наявні аспекти цього питання, та забезпечення належного рівня її конкурентоспроможності на міжнародних ринках.

На сьогодні інноваційна діяльність є однією із вирішальних умов оновлення та вдосконалення економіки та переходу до нового етапу соціального прогресу. Це проявляється у зміні структури машинобудівного виробництва провідних держав світу, зокрема США, Німеччини, Японії, Англії, яка на сьогоднішній день характеризується превалюванням частки наукоємного виробництва.

Необхідно відмітити, що стан машинобудівної галузі не є катастрофічним, оскільки ряд підприємств володіє технологічним потенціалом, достатнім для успішного функціонування. Наявність на українських підприємствах чорної металургії обладнання відомих зарубіжних фірм є перевагою, яка надає можливість їм без особливих труднощів пройти сертифікацію на відповідність міжнародним стандартам.

Виходячи з цього, на нашу думку, головними напрямками діяльності із покращення стану машинобудівної галузі та підвищення її конкурентоспроможності мають стати заходи із підвищення якості продукції при одночасному зниженні її собівартості, що може бути досягнуто за рахунок активізації інноваційної діяльності; більш істотного державного стимулювання наукової діяльності та реалізації програм у суміжних галузях; створення умов для підвищення продуктивності праці до європейського рівня; створення сприятливих умов для підвищення інвестиційної привабливості держави; пошук нових ємних ринків збуту і постачальників сировини; підвищення технічного рівня основних фондів; проведення активної державної політики, одним із напрямків якої стане контроль за діяльністю монополістів та посередників; чітке встановлення пріоритетів розвитку машинобудівної галузі і впровадження стратегічного планування тощо.

Список використаних джерел:

1. Макогон Ю. В. Маркетингова політика в системі управління конкурентоспроможністю промислової продукції : моногр. / Ю. В. Макогон. – Краматорськ : ДДМА, 2009. – С. 235–243.
2. Гринько Т. В. Конкурентоспроможність продукції підприємств сільськогосподарського машинобудування / Т. В. Гринько // Економіка: проблеми теорії та практики. Міжвуз. зб. наук. пр. – Дніпропетровськ : ДНУ, 2004. – Вип. 193: в 5 т. – Т. II. – С. 609–614.
3. Безтілесна Л. М. Механізм забезпечення сталої конкурентоспроможності великого промислового підприємства / Л. М. Безтілесна. – К. : Економіст, 2012. – С. 38–43.

Збарський Д. Г., к. держ. упр. Величко Л. А.

Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ПЛАНУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ТА ЇЇ РОЛЬ У ДОСЯГНЕННІ МЕТИ ПІДПРИЄМСТВА

Стратегія допомагає підприємству визначити свій шлях, свою перспективу в майбутньому. Вірно вибрана стратегія забезпечує необхідне функціонування підприємства створює умови здійснювати контроль на підприємстві та готує його до змін у конкурентному середовищі. Для того, щоб підприємство мало значні прибутки необхідно ґрунтовно підготувати стратегію його функціонування.

Стратегія займає значне місце в теорії стратегічного управління. Етимологічно слово «стратегія» походить з давньогрецької: *stratos* – армія, *agos* – я управляю.

З одного боку, є результатом стратегії. З іншого боку, стратегія – це інструмент сталого розвитку підприємства. За словами П. Дойля, стратегія формує план діяльності підприємства в майбутньому [1].

Стратегія підприємства передбачає майбутній план дій, що визначає шляхи функціонування підприємства, його призначення та місію, головні цілі та розподіл ресурсів для їх досягнення. Вона забезпечує більш раціональне користування його ресурсами, оптимізацію довгострокової рентабельності, зміцнення позицій підприємства на ринку, оптимальну віддачу від капіталовкладень та забезпечення потреб споживача. Стратегія розвитку підприємства повинна базуватися на засадах інтенсивного розвитку, створення якісно нових форм [2].

Стратегія розвитку має бути направлена на здійснення заходів і мати на меті підвищення ефективності роботи підприємства.

Критерії, які необхідно взяти до уваги при розробці та реалізації стратегії:

– специфіка діяльності підприємства, ліквідність її активів, дебіторську заборгованість та інші чинники;

- структуру конкурентного середовища;
- сферу діяльності;
- серійне виробництво;
- інноваційна діяльність;
- особливості ринку;
- становище в галузі;
- статус компанії;
- позицію компанії на ринку;
- специфіку цілей і наявність ресурсів, що дозволяє окреслити стратегію підприємства;

Для стабільної позиції на ринку підприємству потрібно:

- постійно аналізувати діяльність своїх конкурентів, дотримуватись найбільш гнучкої стратегії, змінювати уже діючу на цей час стратегію, брати до уваги мінливість зовнішнього середовища;

– спостерігати за поведінкою споживачів, знаходити нові шляхи підвищення якості своїх товарів, порівняно з конкурентами, створювати нові види продукції.

Обмірковуючи стратегію функціонування підприємства потрібно аналізувати інформацію з різних джерел, мати на увазі, що ринок постійно змінюється.

Вірна стратегія підприємства визначається такими складовими: рентабельність, фондоддача, собівартість продукції, обсяги реалізації, оборотність обігових засобів, кількість тендерів, капіталовкладень у підприємство, рентабельність продажу, швидкість зміни ринків реалізації, затрати на закупівлю ресурсів.

Планування стратегії розвитку відіграє велику роль в досягненні мети підприємства, забезпечує суттєву фінансову стабільність на довгий час та забезпечує стабільність на ринку.

Список використаних джерел:

1. Дойль П. Менеджмент: стратегия и практика / П. Дойль. – СПб. : Питер, 2008. – 480 с.
2. Томпсон А. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа / А. Томпсон, А. Стрикленд ; пер. с англ. под. ред. Н. Д. Эриашвили. – М. : Вильямс, 2007. – С. 576.

Іванішин К. І., к. е. н. Рябик Г. Є.

Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ЗАТРАТИ НА ПІДПРИЄМСТВІ ТА ШЛЯХИ ЇХ МІНІМІЗАЦІЇ

Проблематика мінімізації витрат організації, винайдення різноманітних варіантів її вирішення є глибокими та цікавими питаннями сучасної економіки підприємства. Проблема зниження затрат є вкрай актуальною. Її вирішення дозволяє кожній організації вистояти й далі розвиватися в умовах міцної боротьби на ринку, дозволяє створити міцну компанію.

Ціллю будь-якої сучасної організації є отримання, як найбільшої економічної користі від діяльності. Така вигода визначатиметься у вигляді приросту прибутку або у вигляді отримання різних соціальних, екологічних покращень. Велика кількість організацій намагаються максимізувати свій прибуток, але це нереально без аналізу собівартості продукції, окремих затрат на виготовлення та реалізацію продукції, виявлення резервів зниження собівартості і запровадження рекомендацій стосовно мінімізації затрат організації. Тільки ґрунтовний аналіз затрат на виробництво і правильно встановлені напрямки їх мінімізації дозволить організації досягти своєї мети і не віддати свої позиції конкурентам [1].

До одних із головних орієнтирів мінімізації витрат на виготовлення і реалізацію продукції організації – суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності відносяться такі:

- мінімізація затрат матеріалів, сировини, енергії та палива, що припадають на один виріб;
- мінімізація розмірів амортизаційних відрахувань, що припадають на один виріб;
- мінімізація питомої ваги затрат на заробітну плату в розрахунках на один виріб;
- мінімізації як адміністративних так накладних затрат при імпорті та експорті товарів;
- ліквідація непродуктивних затрат.

На економію ресурсів надмірно впливає ряд техніко-економічних чинників. Найбільший впливовими є такі групи внутрішньовиробничих чинників:

- збільшення технічного рівня виготовлення;
- постійне покращення організації праці та виробництва в цілому;
- зміна обсягів виготовлення продукції.

Всі перелічені заходи помітно зменшують затрати сировини, заробітної плати, матеріалів [1].

Значна мінімізація витрат компанії можлива і за рахунок реалізації розвинутих методів організації виробництва. Прикладом є започаткована в Японії система організації виробництва «just in time», що у перекладі означає «точно у строк». Ця система вдало застосовується на підприємствах по всьому світі. Вона зменшує витрати на підставі бездефектного виготовлення продукції. Суть даної системи полягає в тому, що комплектуючі, деталі поставляються споживачеві у чітке обумовлене місце, у конкретний час, у кількості яка необхідна. Якщо у ході виробничого процесу виникає дефект деталей, то його (процес) призупиняють, оскільки запасів на робочому місці немає [2].

Організації – це суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності, які повинні вміло формувати накладні затрати при експорті та імпорті товарів.

Зниження розміру накладних затрат пов'язують з підвищенням ефективності експорту та імпорту, таким чином перевірка на додержання організацією у звітному періоді узгодженого режиму економії є дуже вагомим інструментом у підвищенні ефективності всієї організації.

З цією ціллю проводиться аналіз витрат звітного періоду з попереднім. Слід визначити і проаналізувати певні причини змін величин накладних видатків в процесі аналізу відносно об'єму, собівартості або реалізації товару.

Потрібно виділити основні напрями змін величин накладних затрат, на які слід орієнтуватись в процесі аналізу:

- за перевезення товарів: кількість і вага вантажу, відстань перевезення, яка ставка за перевезення (тариф), який спосіб і умови перевезення;

– за перевантаження товарів: кількість і вага вантажу, яка ставка за перевантаження, яка надбавка при нестандартних вантажах;

– за зберігання товарів: кількість і вага вантажу, який спосіб утримання, який термін зберігання і яка ставка за зберігання.

У процесі аналізу потрібно приймати до уваги те, що приріст абсолютного рівня накладних затрат може бути викликаний збільшенням кількості реалізованих товарів і зміни розмірів окремих видів затрат на один виріб. Зміна відносного рівня – це зміна ціни на товари, вдосконалення в структурі реалізації товарів, зміни певної величини затрат реалізованих товарів на одиницю кількості.

Отже, тільки підхід управління затратами, який охоплює усі напрямки діяльності в комплексі, дозволить мінімізувати їх розмір. Даний підхід також дозволить підняти ефективність як зовнішньоекономічної так і господарської діяльності організації в цілому.

Список використаних джерел:

1. Вічевич А. М. Аналіз зовнішньоекономічної діяльності : навч. посіб. / А. М. Вічевич, О. В. Максимець. – Львів : Афіша, 2004. – 140 с.

2. Фінансові результати підприємств і організацій України забезпечення [Електронний ресурс] / Державний комітет статистики України. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>

ЗМІСТ

<i>Dimitrov I. T., Dimitrova A. M.</i> Study the Strategic Structuring of Logistics Activities in Multinational Companies	3
<i>Hrybachova H. H., Bila A. A., Hudym K. M.</i> Formation of Financial and Economic Analysis System in the Enterprise	6
<i>Michael Lafleur</i> Implementation of Cooperative Principles: Challenges and Financial Management Issues	9
<i>Veit Wohlgemuth, Katharina Hoehne</i> The Tension Between Dynamic Capabilities and Path Dependence: Effects of Stakeholder Management	12
<i>Vlasenko Maryna</i> Intellectual Entrepreneurship in the Context of Knowledge-based Economy	16
<i>Базилевська Ю. В., Хуторської П. О.</i> Удосконалення організації оплати праці на підприємстві	19
<i>Безверха І. І.</i> Логістичні джерела формування конкурентних переваг підприємств металургії в умовах динамічного середовища	22
<i>Бичек В. Г., Гринько Т. В.</i> Стратегічна розвідка як невід’ємна частина стратегічного управління у сучасних ринкових умовах	27
<i>Бобко Н. А., Глушенко А. Є.</i> Оцінювання стану та ефективності використання основних засобів підприємства	30
<i>Борисенко І. І.</i> Шляхи підвищення рівня конкурентоспроможності потенціалу підприємства	32
<i>Бородинський Б. А., Рябик Г. Є.</i> Сучасні тенденції розвитку підприємств	36
<i>Бурдули В.</i> Проблемы отраслевой реструктуризации экономики Грузии	39
<i>Винничук Д. В., Скрипник Н. Є.</i> Прибутковість підприємства: сутність та методи оцінки	46
<i>Власенко М. А., Радзивил Ю. В.</i> Влияние новых экономических условий на деятельность туристических предприятий	49
<i>Власенко А. В., Хуторської П. О.</i> Сутність та особливості використання матеріальних ресурсів промислового підприємства	52
<i>Гапоненко В. Д.</i> Економічна ефективність інновацій у виробничій діяльності підприємства ПП «Аверс»	56
<i>Гордійко М. С., Калініченко З. Д.</i> Аспекти конкуренції та конкурентоспроможності підприємства	59
<i>Грецька Г. А.</i> Теоретичні підходи до управління змінами на підприємстві	61
<i>Гринько Т. В., Камлук Ю. В.</i> Шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємств АПК України	64
<i>Гулак А. Л.</i> Планування та аналіз поточних витрат підприємства	67
<i>Джур О. Є., Борисенко М. В.</i> Особливості формування організаційної культури сучасних підприємств космічної галузі	70
<i>Дзіковська К. А., Хамінч С. Ю.</i> Управління витратами підприємств сфери послуг	74
<i>Добрянский С. В., Величко Л. А.</i> Пути совершенствования управления расчетами с контрагентами	76
<i>Доновська Д. Ю.</i> Стратегічні пріоритети розвитку ПАТ «Укртелеком»	78
<i>Дробішева О. О., Предеус А. В.</i> Особливості та класифікація факторів, що впливають на ефективність діяльності підприємства	81
<i>Євсєвська Л. В., Громова А. С.</i> Стратегічні орієнтири діяльності підприємства в інтеграційних умовах	84
<i>Євтіщенко А. С., Калініченко З. Д.</i> Можливості і сфера застосування балансового методу при плануванні матеріально-технічного забезпечення	87
<i>Єлець О. П., Грюкова О. Л.</i> Методи планування прибутку	90
<i>Єлець О. П., Лось А. П.</i> Шляхи підвищення ефективності використання основних засобів підприємства	92
<i>Захарова Д. С.</i> Конкурентоспроможність вітчизняних підприємств галузі машинобудування на світовому ринку	95
<i>Збарський Д. Г., Величко Л. А.</i> Планування стратегії розвитку та її роль у досягненні мети підприємства	98
<i>Іванішин К. І., Рябик Г. Є.</i> Затрати на підприємстві та шляхи їх мінімізації	100

Наукове видання

Мови видання: українська, російська, англійська

ЕКОНОМІКА І МЕНЕДЖМЕНТ 2016:
ПЕРСПЕКТИВИ ІНТЕГРАЦІЇ
ТА ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

Збірник наукових праць
Міжнародної науково-практичної конференції
(Дніпропетровськ, 14–15 квітня 2016 р.)

У дев'яти томах

Том 1. Стратегічні пріоритети розвитку
економічних суб'єктів в XXI 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.
Технічний редактор Джікія Н. В.
Оригінал-макет Біла К. О.

Підписано до друку 28.04.16. Формат 60x84¹/₁₆. Спосіб друку – плоский.
Ум. др. арк. 5,0. Тираж 100 пр. Зам. № 0416-01/5.

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. Дніпропетровськ, пр. К. Маркса, 111, оф. 17

тел. +38 (067) 972-90-71

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