

**ТОМ 14**

**ЕКОНОМІКА І УПРАВЛІННЯ У  
ПРОМИСЛОВОСТІ**

УДК 330

**Медведовська Т.П.**, к.пед.н., заступник директора Міжгалузевого інституту безперервної освіти

(Державний ВНЗ «Національний гірничий університет», м. Дніпропетровськ, Україна)

## ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ СЬОГОДЕННЯ

Роль інноваційною діяльності як вирішального фактора підвищення ефективності виробництва, забезпечення стабільного економічного росту постійно зростає і в сучасних умовах для промислових підприємств є пріоритетним напрямком.

Дослідження, спрямовані на удосконалення існуючих механізмів управління інноваційною діяльністю підприємств є, безумовно, актуальним й сприятимуть збільшенню конкурентоспроможності продукції вітчизняних підприємств, підвищенню ефективності їх функціонування, а отже поліпшенню економічної ситуації в країні в цілому [1, 2, 4].

Для успішного управління нововведеннями необхідною умовою є формування і використання цілісного організаційно-економічного механізму управління інноваційною діяльністю, який передбачав би чітку впорядкованість його елементів, тобто суб'єктів та об'єктів управління і ефективність їх взаємодії між собою та зовнішнім середовищем [3, 4].

Дії цього механізму полягають в тому, що в процесі управління керуюча система (суб'єкт управління), ґрунтуючись на об'єктивно існуючих принципах, впливає різними методами на керовану систему (об'єкт управління) з тим, щоб досягти виконання поставленої мети. Указаний механізм повинен базуватися на застосуванні функцій управління інноваційною діяльністю, а саме на її плануванні, організації, мотивуванні, контролюванні та регулюванні [4].

На більшості сучасних підприємств, існуюча система управління впровадженням інновацій не може забезпечити їх ефективну роботу. Підприємства не розробляють стратегії розвитку виробництва на перспективу, наслідком чого є низький рівень інноваційної діяльності, високий рівень застарілих технологій та обладнання, низькі темпи освоєння нових розробок.

Така негативна тенденція обумовлена не тільки проблемами на макrorівні, але й нестабільним соціально-економічним середовищем, відсутністю значних стимулів та державної підтримки. Недосконале нормативно-законодавче забезпечення перешкоджають залученню додаткових інвестицій, знижують темпи інноваційної діяльності підприємств. Основним джерелом фінансування інноваційних проектів залишаються власні кошти підприємства, що має скоріш негативні наслідки, ніж позитивні. Такі недоліки в управлінні інноваціями на підприємствах призводять до погіршення стану обладнання, використання старих технологій і як наслідок – випуску неконкурентоспроможної продукції [1, 4, 5].

Тому, на нашу думку, необхідно удосконалювати механізм управління інноваціями. Перш за все, підприємство повинне зробити обґрунтований вибір та оцінку впроваджуваних нововведень, визначити їх ефективність. Також, необхідним кроком є аналіз стану підприємства, тобто рівня попиту споживачів на нову продукцію, кількості і стану конкурентів, наявності достатнього обсягу ресурсів і коштів для реалізації нововведень, величини резерву виробничих потужностей і рівня розвитку інфраструктури підприємства.

Управління інноваціями повинно передбачати взаємодію трьох рівнів – державного, регіонального, виробничого та створювати спеціальні підрозділи з впровадження нових виробів, які забезпечуватимуть взаємодію операційних, комерційних,

маркетингових, технічних та фізичних служб підприємства. Важливою умовою ефективного управління інноваційним процесом є забезпечення підприємства спеціалістами у сфері проектного аналізу та інноваційного менеджменту, а також удосконалення існуючої системи стимулювання працівників [3, 4].

Таким чином, ефективне управління інноваційною діяльністю підприємства означає перехід на новий, досконаліший спосіб організації його діяльності, що забезпечує зростання виробничих можливостей та є показником інноваційного розвитку підприємства.

#### **Перелік посилань**

1. Гаркавенко С. Економічний аналіз діяльності підприємства: навч. посіб.] [Текст] / С. Гаркавенко. – К.: Знання, 2010. – 654 с.
2. Економічний аналіз: Навчальний посібник [Текст] / За ред. С. Скибінського. – К.: КНЕУ, 2011. – 540 с.
3. Медынский В. Инновационный менеджмент: Учебник [Текст] / В. Медынский. – М.: ИНФРА, 2002. – 295 с.
4. Экономика и управление инновационной деятельностью: Учебник [Текст] / Под ред. П. Перервы. – Харьков: НТУ «ХПИ», 2009. – 384 с.
5. Экономика предприятия: Учебник для вузов [Текст] / Под ред. В. Горфинкеля. – 4-е изд., перераб. и доп.. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2010. – 520 с.

УДК 658.589

**Яворская И.К., студентка гр. КВ-13**

**Научный руководитель: Хмарук Ю. Н., Ткаченко А. В.**

*(Днепродзержинский металлургический колледж, г. Днепродзержинск, Украина)*

## **ЭКОНОМИЯ ПРИ ИСПОЛЬЗОВАНИИ ВОДОМАЗУТНОЙ ЭМУЛЬСИИ**

Важнейшую роль в экономике страны играет топливно-энергетический комплекс. Все больше возрастает потребность в ресурсах. Так, например, согласно источнику [1], уже через 20 лет потребность в топливных ресурсах увеличится в 2 раза, а потребление нефти, как энергоносителя составит всего 16 %. В свете сказанного, энергосбережение и повышение эффективности использования имеющихся ресурсов является на данный момент одной из самых серьезных задач.

Мазут и другие отходы нефтеперерабатывающего производства используются во многих котельных установках как недорогое жидкое топливо. При этом, в процессе сжигания мазута на котельных и ТЭЦ возникает ряд проблем. Например, неполное сгорание топлива в топках приводит к образованию большого количества вредных веществ и, как следствие, к значительному загрязнению атмосферы. Так же неизбежное обводнение мазута, происходящее в процессе его хранения, транспортировки и т.д, резко снижает эффективность его сжигания. В результате актуальной становится проблема использования так называемых водомазутных эмульсий.

Водомазутная эмульсия (ВМЭ) – это мазут с водой соединённые на молекулярном уровне. Получается принципиально новый вид жидкого топлива. Вода становится своеобразным катализатором, улучшающим процесс горения топлива. Высокодисперсная структура ВМЭ обеспечивает эффект вторичного распыления эмульсии. Это происходит в зоне горения, когда мельчайшие капли воды, равномерно распределенные по всему объему мазута, взрываются при резком вскипании. При этом во много раз увеличивается площадь соприкосновения топлива с кислородом воздуха [2]. Экономия происходит за счет более полного сгорания исходного мазута.

Определяемая расчетным путем в соответствии с формулой Менделеева теплотворная способность водотопливной эмульсии по сравнению с безводным топливом уменьшается пропорционально увеличению доли воды. При таком походе не могут быть учтены особенности процесса сжигания эмульсии, отличающие ее горение от горения условно безводного топлива. Ориентироваться в этом смысле следует на величину КПД теплоагрегата.

Применение эмульгирования мазута позволяет повысить эффективность сжигания топлива и добиться прироста КПД котлоагрегата за счет следующих эффектов:

1. Как правило, сжигание мазутов ведется при заметных избытках воздуха ( $a = 1,2$  и более), что ведет к росту потерь тепла с уходящими газами. Обычно причиной повышенных избытков воздуха является недостаточное качество распыла топлива и смешения топлива с дутьевым воздухом. Применение водомазутных эмульсий позволяет повысить качество сжигания за счет внутритопочного дробления и вести сжигание на пониженном дутье без увеличения недожога, вплоть до значений  $a$  близких к единице.

2. Поддержание близких к номинальному значений КПД теплоагрегата при работе на режимах, меньших номинального, что достигается за счет эффекта вторичного дробления капель эмульсии в топке.

3. Уменьшение штрафных санкций за счет снижения объемов вредных выбросов в окружающую среду. Применение водомазутных эмульсий позволяет уменьшить содержание вредных веществ в дымовых газах, при этом  $CO$ ,  $NO_x$ ,  $SO_x$  в среднем в два раза, сажистых частиц в 3-4 раза.

4. Использование в качестве топлива горючих отходов различных производств (например, коксохимических, нефтеперерабатывающих и т.д.), стоимость которых существенно ниже стоимости мазута. В эмульгированном виде эти отходы можно сжигать без ущерба для экологии.

5. Утилизация в составе водомазутной эмульсии обмезученных вод, отработанных масел и др.

6. Переход от паромеханических форсунок к механическим, что снижает расход пара на собственные нужды.

7. Гомогенизация подаваемого на сжигание мазута, обеспечивающая разрушение отдельных агрегатов и кластеров длинноцепных молекул, и эмульгирование не удаляемой доли воды в свою очередь повышает полноту и качество сжигания.

8. Увеличение количества отдаваемого теплоносителю тепла за счет меньшего загрязнения поверхностей нагрева, что позволяет поднять средний за время кампании КПД теплоагрегата.

Ориентировочные данные об эффективности перечисленных факторов при использовании водомазутных эмульсий применительно к котлоагрегатам представлены в таблице 1.

Таблица 1

Экономия топлива

Перечень эффектов, связанных с применением водомазутных эмульсий (при уровне водности эмульсии порядка 10%)	Возможная экономия сжигаемого топлива
Перевод имеющейся в подаваемом на сжигание мазуте воды в мелкодисперсное состояние путем эмульгирования.	до 2%
Уменьшение коэффициента избытка воздуха в топке на 0,1	0,7%
Уменьшение температуры уходящих газов на 10°С	0,6%
Подогрев питательной воды в водяном экономайзере на 10°С	1,6%
Снижение выброса сажистых частиц	0,2%
Поддержание чистоты теплообменных поверхностей котла.	до 2%
Уменьшение температуры подогрева мазута на 30°С	до 1%
Замена форсунок парового распыла на механические форсунки	до 1%
Поддержание номинального КПД теплоагрегата при работе на режиме, составляющем 75% от номинального	0,7%
Потери топлива на испарение воды в составе эмульсии	0,8%
Возможная суммарная экономия топлива (с учетом потерь топлива на испарение воды в составе эмульсии).	до 10%

Суммарно перечисленный комплекс эффектов позволяет экономить до 10% условного топлива. Но для того, чтобы эти эффекты уловить и зафиксировать, необходимо достаточно точно контролировать и управлять рядом параметров, к которым относится:

- текущий расход мазута,
- водность подаваемого на сжигание мазута,
- степень дисперсности водной фазы,
- состав и температура дымовых газов,
- расход и температура дутьевого воздуха,
- коэффициент избытка воздуха на форсунке,
- количество сбрасываемых обмезученных вод в расчете на тонну мазута.

Вместе с тем, те или иные пункты таблицы могут быть не выполнены или выполнены не в полном объеме, что приведет к уменьшению суммы экономического эффекта.

В таблицу не включены оценки экономического эффекта, связанного со снижением токсичных выбросов (например, содержания NOx и SO3 в уходящих газах), которые могут быть сделаны на основании утвержденных нормативов для конкретного котлоагрегата и региона.

#### **Ориентировочный расчет экономии в денежном выражении**

При годовом расходе мазута 10.000 тонн и стоимости мазута 150 долл/тонна в случае сбережения 7% топлива (оценка дана по минимальным значениям возможных изменений составляющих эффективности – см. таблицу) годовая экономия в денежном выражении составит  $10.000 \cdot 150 \cdot 0,07 = 105.000$  \$, что соответствует 3-х месячному сроку окупаемости системы эмульгирования [4].

#### **Перечень ссылок**

1. Иванов В.М. Топливные эмульсии. М.: изд-во Академии наук СССР. 1962.
2. Акчурин Р.Ю., Балахничев Н.А. Подготовка мазута к сжиганию в кавитационном реакторе // Энергетик. 1986. №9. С. 8-9.
3. Попов А.И., Голубь Н.В., Ерофеева В., Харитонов А.К., Щупарский А.И. Уменьшение вредных выбросов при сжигании водомазутной эмульсии — Энергетик. 1983. №2. С 11-14.
4. Кормилицын В.И., Лысков М.Г., Третьяков Ю.М. Экономичность работы парового котла при управлении процессом сжигания топлива вводом влаги в зону горения // Теплоэнергетика. 1988. № 8. С. 13-15.

УДК 330

**Медведовська Т.П.**, к.пед.н., заступник директора Міжгалузевого інституту безперервної освіти  
(Державний ВНЗ «Національний гірничий університет», м. Дніпропетровськ, Україна)

### АНТИКРИЗОВЕ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ПІДПРИЄМСТВІ

В сучасному світі поняття «криза» можна розуміти по різному, проте щодо бізнесу криза – це період нестабільності, ситуація, коли насуваються серйозні зміни. При цьому результат змін може бути як украй несприятливий, так і позитивний. Але однозначно, що будь-яка криза являє собою загрозу виживанню підприємства.

У разі неспроможності підприємства та переживання ним кризи зазвичай основна увага приділяється фінансовим та правовим механізмам, які використовуються в рамках антикризового управління. Відносно персоналу, як правило, проводиться єдиний захід – скорочення штату з метою зменшення витрат на персонал [2, с. 54]. Однак необхідно пам'ятати про цінність і важливість людського ресурсу і значимість його внеску в успіх діяльності підприємства.

З іншого боку, практика показує, що часто, коли підприємство знаходиться у важких умовах фінансової нестабільності, питання управління персоналом у системі пріоритетів вибору діючих антикризових механізмів переходять на останнє місце. Особливо страждають питання щодо контролю за системою управління персоналом.

Аналіз літературних джерел, дозволяє виділити ряд проблем, які найбільш часто зустрічаються в системі управління людськими ресурсами:

- низька продуктивність праці; висока плинність кадрів;
- дефіцит кваліфікаційного персоналу;
- відсутність чіткого раціонального розподілу функцій між працівниками, дублювання робіт;
- надлишкова чисельність персоналу, невідповідальність його кваліфікаційної структури потребам підприємства;
- відсутність мотивації персоналу;
- відсутність ініціативи працівників;
- напружена емоційна атмосфера в колективі, пов'язана з критичною масою демотивуючих факторів на підприємстві і високим числом конфліктних ситуацій [1, 3].

Зрозуміло, що всі ці проблеми є наслідком ринкової неспроможності підприємства. Тим не менш, така кількість питань, пов'язаних з людськими ресурсами, ставить необхідність включення в антикризову стратегію програми вдосконалення системи управління персоналом. Для успішності розробки антикризової програми управління людськими ресурсами підприємства на початковому етапі завжди необхідна об'єктивна діагностика критичних явищ [5, с. 61]. Для зручності проведення діагностичної оцінки, пропонуємо, систему умовно поділити на стратегічний і оперативний рівні.

Так, на стратегічному рівні оцінюється активність вищого управління підприємством в побудові стратегії формування та використання трудового потенціалу, а також відповідність її поточними ситуаційним умовам; оцінюється відповідність організаційної структури цілям і завданням підприємства, характеристика організаційної культури, рівень компетентності стратегічних керівників, характер взаємин адміністрації з персоналом (проводиться шляхом вивчення бізнес-планів і звітів за результатами діяльності, вивчення документації, що регламентує систему управління працею тощо).

На оперативному ж рівні оцінюється ефективність роботи з людськими ресурсами; наявність або відсутність необхідних складових системи управління персоналом, їх

адекватність цілям підприємства, правильність їх виконання. Також досліджується так і складові, як відповідність кадровій політики, планування персоналу, принципи відбору, найму, адаптація, стимулювання праці, оцінка і навчання, ротація, організація праці, планування кар'єри та вивільнення працівників.

При вивченні кадрових процесів в організації, що знаходиться в умовах кризи, на сьогодні прийнято виділяти такі основні завдання, як визначення розвитку прогресивності системи управління персоналом; виявлення так званих «проблемних ділянок», тобто явищ, які уповільнюють успішний розвиток підприємства; оцінка адаптивних можливостей колективу і його готовності до змін. Додатково збираються статистичні кількісні дані: витрати на персонал, статистичні дані по характеристикам сукупної робочої сили на підприємстві; показники продуктивності праці тощо [5, с. 63].

В умовах кризи, при нестачі матеріальних, кадрових і часових ресурсів така детальна оцінка організації може здатися неможливою. Проблема мінімізації діагностичної процедури породила безліч підходів до вибору методу оцінки. Найчастіше вибирається чотири методи діагностики на підприємстві: метод інтерв'ю дозволяє розробити і вжити відповідних заходів. Один з найбільш економічних і ефективних підходів оцінки – це проведення анкетних опитувань, які дозволяють отримати велику кількість фактів від великого числа людей.

Для аналізу офіційних документів, як уже згадувалося вище, використовуються всі документи підприємства, що регламентують працю працівників. Тут можна оцінити наявність або відсутність необхідних наказів і положень на відповідність стратегічному плану підприємства та існуючої антикризової програми.

Що стосується зовнішньої інформації, то тут бажано вивчити офіційні статистичні дані щодо виробничих норм: плинність, заробітна плата та нематеріальні засоби стимулювання [4, с. 41].

Зауважимо, що експерименти в області людських ресурсів – цікавий і дієвий метод аналізу, який вимагає поєднання точного розрахунку і творчого підходу одночасно. При такому методі порівнюються показники звичайної та контрольної групи. Наприклад, для половини менеджерів вводиться новий метод стимулювання праці на конкретний період. Потім порівнюється показники результатів праці з тією половиною групи, для якої система стимулювання залишалася без змін.

Таким чином, перераховані методи збору інформації, дозволяють побачити цілісну картину функціонування підприємства і системи управління персоналом. Виходячи з даної інформації, можна проводити оцінку ефективності, визначати основні фактори ризику та розробляти конкретні заходи, що сприяють профілактиці або усунення кризи.

### Перелік посилань

1. Крушельницка О.В. Управління персоналом [Текст] / О.В. Крушельницка. – К.: Кондор, 2003. – 296 с.
2. Лазаренко Л. Особливості сучасного управління людськими ресурсами [Текст] / Л. Лазаренко // Персонал.. – 2009. – № 1. – С. 53-57.
3. Менеджмент персоналу Підручник [Текст] / [За заг. ред. В.М. Данюка, В.М. Петюха]. – К.: КНЕУ, 2004. – 398 с.
4. Олксенко Р.І. Управління кадровими ресурсами підприємств у сучасних умовах господарювання [Текст] / Р.І. Олксенко // АгроСвіт – 2010. – № 1. – С. 41-44
5. Яворська О. Оцінка персоналу в системі ефективного управління [Текст] / О.Яворська // Економіка та держава – 2009. – № 1 – С. 60-63.



Стеханова З.С., доцент; Кривоносова Ю.О., студентка гр.МЗ-14м

(Державний ВНЗ «Національний гірничий університет», м.Дніпропетровськ, Україна)

### УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ЕКСПОРТНОЇ ПРОДУКЦІЇ НА ПАТ «ІНТЕРПАЙП НИЖНЬОДНІПРОВСЬКИЙ ТРУБОПРОКАТНИЙ ЗАВОД»

Зовнішньоекономічна діяльність будь-якого підприємства буде успішною при виконанні декількох умов: вибір зручного контрагента, укладення вигідного контракту, висока якість товарів чи послуг.

В сучасних умовах якість товару стає основним напрямком у підвищенні конкурентоспроможності підприємства та ефективності експортної діяльності. В умовах риночної економіки забезпечення якості продукції є необхідним для того, щоб підприємство продовжувало функціонувати.

Сертифікацією продукції займаються міжнародні та державні організації, котрі різняться за масштабністю та сферою застосування. Перелік організацій, які займаються питаннями сертифікації на міжнародному рівні:

- Міжнародна організація по стандартизації (ISO);
- Всесвітня організація торгівлі (ВОТ);
- Міжнародний торговий центр (МТЦ);
- Європейська економічна комісія ООН (ЄЕК ООН) та інші.

Державні стандарти України (ДСТУ) містять вимоги, які стосуються забезпечення безпеки машинобудівної продукції і є обов'язковими для виконання на всій території України. Галузеві стандарти України (ГСТУ) розробляються на продукцію, на яку відсутній державний стандарт України, або якщо буде потреба встановити нові вимоги, які перевищують або доповнюють вимоги державних стандартів.

Технічні умови (ТУ) є вимогами до продукції, котрі розробляють самі виробники та використовують на своєму підприємстві.

Основні фактори, що впливають на якість продукції, розподіляються на фактори зовнішнього та внутрішнього середовища.

Фактори зовнішнього середовища:

- рівень вимог до якості (споживачі, прогрес, конкуренти);
- наявність постачальників капіталу, трудових ресурсів, матеріалів, енергії, послуг;
- чинне законодавство в галузі якості і робота державних органів.

Внутрішні фактори підприємства:

- матеріальна база підприємства (фінанси, обладнання, інфраструктура);
- персонал (кваліфікація і мотивація);
- якість проекту (досконалість конструкції);
- якість виконання (застосування передових технологій).

Важливим фактором є менеджмент (організація робіт та управління підприємством), у тому числі - система управління якістю, що передбачає: маркетинг; взаємовідносини із замовниками (контракти, сервіс); контроль якості на всіх етапах створення продукції; оперативне реагування на проблеми з якістю.

Стандарти ДСТУ ISO 9000 містять мінімальні вимоги, яким має відповідати система якості, тому на їх базі розробляються й інші системи, які враховують специфіку окремих галузей промисловості. До них належать:

- система якості на базі концепції TQM (Total Quality Management);
- система якості на базі стандартів QS 9000;
- система якості на базі концепції "шість сигм";
- система якості на базі концепції Міжнародної системи рейтингу якості IQRS (International Quality Rating System) та інші.

Отже, для забезпечення якості товару використовуються сертифікати якості, а також впроваджуються системи менеджменту якості. Системи менеджменту якості охоплюють весь процес виробництва та збуту, впорядковують процеси діяльності. Завдяки правильному впровадженню, дотриманню умовам та постійному моніторингу системи менеджменту якості можна досягти високих результатів у сфері зовнішньоекономічної діяльності.

На ПАТ «Інтерпайп НТЗ» система менеджменту якості сертифікована на відповідність:

- стандарту ISO 9001:2008 (технічна інспекція TUV Rheinland Cert GmbH органу зі сертифікації TUV CERT);
- стандарту ДСТУ ISO 9001-2001 (в системі УкрСЕПРО органом сертифікації «ВНИТІ-ТЕСТ»);
- API Spec. Q1 8-ме видання (органом сертифікації систем якості та продукції Американського Інституту нафти);
- AAR Spec.M-1003 (органом сертифікації систем якості та продукції Асоціації американських залізничних доріг).

Принципи управління якістю на ПАТ «Інтерпайп НТЗ»:

- 1) Орієнтація на споживача. Організація залежить від своїх споживачів і тому повинні розуміти їх нинішні та майбутні потреби, задовольняти їх вимоги та намагатися перевершити їх очікування.
- 2) Лідерство керівництва. Керівники забезпечують єдність цілі та направлення діяльності організації. А також формують таке внутрішнє середовище, в якому робітники можуть бути повністю задіяні у вирішенні задач організації.
- 3) Залучення робітників. Працівники всіх рівнів – основа організації, а їх повне залучення дає можливість з найбільшою користю використовувати їх здібності.
- 4) Процесний підхід. Бажаний результат досягається більш ефективно, якщо діяльністю та відповідними ресурсами управляють як процесом.
- 5) Системний підхід к управлінню. Виявлення, розуміння та управління процесами як системою сприяють результативності та ефективності організації при досягненні її цілей.

В організаційній структурі ПАТ «Інтерпайп НТЗ» відділ контролю за якістю займає друге за вагомістю значення після голови правління. Відділ контролю за якістю складається з:

- 1) Дирекції з якості – забезпечення функціонування та постійного покращення системи менеджменту якості з метою отримання максимального прибутку.
- 2) Відділу технічного контролю – забезпечення якості основної та другорядної сировини, забезпечення якості випускаємої продукції.
- 3) Відділу засобів неруйнуючого контролю – неруйнуючий контроль якості продукції в процесі виробництва, деталей машин і споруд в експлуатації, радіологічний контроль готової продукції.
- 4) Центральної випробувальної лабораторії – хімічний аналіз товарно-матеріальних цінностей, що закупаються, та продукції, котра випускається; механічні випробування та металографічні випробування випускаємої продукції.
- 5) Відділу аналізу якості – планування, аналіз і розвиток системи менеджменту якості; планування та аналіз якості продукції, рекламційна робота з постачальниками та споживачами, моніторинг виконання технологій.
- 6) Відділу аудиту – внутрішній аудит системи управління якістю, контроль над ліквідуванням невідповідностей, що виявлені при внутрішньому аудиті, аудит постачальників.

Таким чином СМК на ПАТ «Інтерпайп НТЗ» охоплює всі аспекти діяльності підприємства та надає змогу контролювати, відстежувати, корегувати будь-який етап виробництва та продажу.

**Воробйова В.В., Клименко І.О., ст. гр. ФК-13-1**

**Науковий керівник: Чорнобаєв В.В., к.е.н., доц. кафедри Економічної теорії та основ підприємництва**

*(Державний ВНЗ «Національний гірничий університет», м. Дніпропетровськ, Україна)*

### **ІННОВАЦІЙНІ МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ**

З прискоренням глобалізаційних процесів та збільшенням ролі інтеграції, питання впровадження інноваційного менеджменту на підприємствах набуло нового значення, адже рівень їх конкурентоспроможності багато в чому залежить від ефективності управління, здатності застосовувати інновації в управлінні.

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

«Альтер-его» (вирішення будь-якого питання з точки зору відомої людини). Для того, щоб вирішити конкретну проблему за цим методом, необхідно подивитись на неї очима історичної особи, персонажу книги, видатного спеціаліста в певній сфері, відомого корпоративного лідера. Застосування цього методу дозволяє спрогнозувати рішення, використовуючи стиль та ідеї відомих особистостей.

«Сесія питань» (мозковий штурм, мінімум критики, максимум свободи думки). Представляє собою обговорення ряду попередньо сформульованих питань у форматі мозкового штурму (брейнстормінгу) з повною свободою висловлювань думок без обтяження критикою.

«Символ» (представлення проблеми чи питання певним символом, який максимально відповідає цій проблемі; кожний елемент символу може бути відповіддю на питання). За цією методикою керівник формулює проблему та пропонує групі працівників придумати аналогію у вигляді певного символу, який би максимально відповідав висунутій проблемі по суті та характеру. За складеним списком атрибутів даного символу група продумує способи їх застосування для вирішення проблеми.

«Виклик» (керівник формує уявну проблему, а персонал повинен вирішити її без будь-якої допомоги). За цим методом керівник кидає виклик підлеглим, впливаючи на їх підсвідоме бажання довести свою спроможність самостійно вирішувати проблеми та приймати рішення.

«Метод SCAMPER» (вирішення проблеми шляхом заміни, комбінації, адаптації, модифікації, застосування, ліквідації, створення протилежності). Назва методу включає перші букви дій, які потрібно зробити персоналу над продуктом, послугою чи явищем в організації. Це дозволить знайти безліч несподіваних ідей для модифікації існуючих та створення нових продуктів чи послуг.

«Метод провокацій» (пошук вигоди від незвичайних, навіть безглузких ідей). Цей метод сприяє генеруванню серед персоналу ідей, які виходять за межі стандартних моделей мислення і особливо корисний, коли підприємство хоче створити абсолютно новий товар, розпочати новий бізнес.

«Рефреймінг» (використовується для вирішення важливих бізнес-проблем). Найбільш поширеною формою рефреймінгу є оцінка працівниками проблеми з точки зору людей різних професій. Керівник доручає підлеглим грати різні ролі при критичній оцінці різних складових продукту чи послуги підприємства та вислуховує їх думку, фіксуючи нові ідеї.

«Метод інверсії» (пошук раціональних рішень проблеми при аналізі протилежного завдання). За цим методом керівник ставить перед підлеглими завдання, протилежне тому, яке він хоче вирішити. В результаті можна отримати перелік дій та рішень, які не допустимі для даного продукту чи послуги і використати ці знання для їх покращення. Цей метод дозволяє працівникам побачити те, чого б вони не помітили при прямому формулюванні проблеми.

Ще одним нестандартним методом пошуку інноваційних ідей є використання чотирьох, так званих «лінз сприйняття», кожна з якої представляє собою нову точку зору на бізнес, клієнта та зовнішнє середовище.

Перша «лінза» - це заперечення стереотипів, які протягом багатьох років діють у компанії чи взагалі туристичній сфері в цілому. Іноді важко відмовитись від установлених правил і порядку, тому існують такі методи подолання стереотипів: виявлення догми (складання переліку найважливіших передумов, які використовує компанія в повсякденній діяльності; виділення їх у списку стереотипів,

спроба замінити їх на альтернативи), пошук абсурдності (погляд на свій бізнес очима клієнта, це дозволяє знайти дрібниці, які для клієнта є абсолютно абсурдними; в результаті народжується нова ідея для покращення результатів своєї діяльності), прийняття «екстремальних» рішень, пошук можливості для «і» (здатність компанії не ставити клієнта перед вибором, наприклад взяти старіше, але дешевше, чи новіше, але дорожче, а запропонувати йому такий варіант, в якому б клієнт був у вигазі з будь-якого боку).

Другою «лінзою» є виявлення і комбінування трендів, що являє собою аналіз тенденцій не лише своєї сфери діяльності, але й демографічної, технологічної, геополітичної та інших сфер. Для того щоб успішно використати цю «лінзу» необхідно звернути увагу на зміни зовнішнього середовища і виявити його вплив на бізнес. Це можливо здійснити, виконуючи такі дії: йти туди, де ще не було конкурентів (самостійний аналіз і дослідження певної послуги, чи ринку, які в майбутньому зможуть приносити чималий прибуток); посилювати слабкі сигнали (помітивши зміни і нові тренди на ранніх стадіях, слід взяти їх до уваги і діяти радикально); досліджувати контекст (детальне вивчення змін і нових трендів, для того щоб чітко розуміти як їх розвивати); шукати взаємозв'язки (після пошуку, аналізу трендів, слід знайти взаємозв'язок між ними і скомбінувати їх).

Третя «лінза» - актив в роботу, поєднання ключових активів і компетенцій, кожна з яких може надати нові можливості для розвитку, а не виокремлення в бізнесі ряду.

І четверта «лінза» - неявні потреби клієнтів, тобто це дослідження бажань клієнтів шляхом прямого спостереження (без анкетування і опитування), складання карти клієнтського досвіду (записи самими клієнтами своїх вражень з чітким зазначенням недоліків і переваг), аналогії з других галузей (використання в своєму бізнесі досвіду компаній зовсім з іншої сфери діяльності), краудсорсінгу (використання «розуму тисяч людей», тобто створення інтернет-форумів і соціальних мереж, де люди самі зможуть запропонувати нові ідеї і виразити думки; проте слід фільтрувати те, що пропонує «натовп», адже це може призвести до створення чогось абсурдного і провального). Таким чином, чотири «лінзи сприйняття» представляють собою будівельні блоки для народження нових революційних ідей, проривів, проєктів у будь-якій ланці бізнесу і їх використання у повсякденній роботі підприємств індустрії гостинності може призвести до її значного розвитку, освоєння нових ринків збуту, задоволення потреб споживачів та піднесення підприємств на новий рівень.

Інноваційний підхід необхідний у методах управління персоналом – є показником конкурентоспроможності для ефективної діяльності промислового підприємства. Для збільшення прибутку, розвитку, для освоєння нових ринків, розширення виробництва і асортименту продукції, зниження затрат виробництва, збільшення споживачів, підприємству необхідні інноваційні технології, як в управлінні підприємством, так і в процесі виробництва. Різноманітність методів управління персоналом та активізації їх інноваційного потенціалу з одного боку дає значні результати, а з іншого створює ряд нових управлінських проблем, через те, що не дають стандартних схем дій в різних ситуаціях та конкретної прив'язки кожного методу до ситуативних завдань. Висококваліфікований управлінець повинен вміти обирати саме ті методи пошуку інноваційних ідей, які будуть найбільш продуктивними в певному середовищі і для конкретних працівників.

#### Література:

1. А.К. Булгакова «Сучасні методи управління персоналом на підприємствах готельного господарства» [Електронний ресурс] - Режим доступу [http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc\\_gum/kgm\\_econ/2012\\_102/494-498.pdf](http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/kgm_econ/2012_102/494-498.pdf)
2. Developing and Managing Hotel Staff For Increased Productivity and Superior Guest Experiences [Електронний ресурс] - Режим доступу <http://www.best-in-class.com/bestp/domrep.nsf/products/developing-and-managing-hotel-staff-for-increased-productivity-and-superior-guest-experiences>
3. Т.Кузнецова «Креативное вооружение» [Електронний ресурс] - Режим доступу <http://www.new-management.info/issues/2009/9/732/>.
4. М.Сокольський «Призма для інноватора» [Електронний ресурс] - Режим доступу <http://www.management.web-standart.net/news/2010/08/16/3830/>.

УДК 658.8

Лозинський І.Є., д.е.н., доцент, П'ятигорська Г.Р., магістр гр. М-МО-14  
(Державний ВНЗ «Національний гірничий університет», м. Дніпропетровськ, Україна)

## ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Завершальною стадією виробничо-комерційної діяльності будь-якого підприємства є збут виготовленої продукції. Поняття «збут» можна розглядати в широкому й вузькому значенні. Збут у широкому розумінні являє собою процес організації транспортування, складування, запасів, доробки, просування до торговельних мереж, упакування й реалізації товарів з метою задоволення потреб покупців і отримання на цій основі прибутку. Збут у вузькому значенні (продаж, реалізація) – процес безпосереднього спілкування продавця й покупця, спрямований на отримання прибутку і потребуючий знань, навичок і певного рівня торгової компетенції. Система збуту повинна бути адаптивною та гнучкою, коригуватися відповідно до потреб споживачів та вимог ринку.

Збут забезпечує торгівельну орієнтацію підприємств і виконує одну з наважливіших функцій – функцію зворотного зв'язку. Виходячи з цього пошук засобів і механізмів оптимізації, раціоналізації та удосконалення збутової діяльності, яка забезпечуватиме більш повний збут вироблених товарів з максимально повним задоволенням потреб споживачів є важливою актуальною проблемою. Збут — це вміння звернути увагу покупців до продукції і стимулювати розширені продажі кінцевим споживачам.

Для промислового підприємства важливими факторами, які обумовлюють значущість збутової діяльності, є:

- переміщення ключових управлінських рішень у збутові ланки;
- підвищення значення маркетингових методів конкуренції у боротьбі за покупця;
- раціоналізація збутових процесів (висока якість обслуговування, активне застосування прогресивних методів збуту, заходів мерчандайзингу, оптимальне сполучення методів збуту).

У сучасних умовах ефективно управління збутовою діяльністю здатне забезпечити не лише певний рівень прибутку, але й виживання підприємства на ринку в умовах підвищеного динамізму маркетингового середовища. Для маркетингової політики підприємства у сфері збуту остаточно визначається результат усіх зусиль підприємства, а також саме під час збуту найбільш ефективно відображаються смаки та переваги споживачів. Особливе значення у ході формування збутової політики підприємства має вибір методів взаємодії з покупцями та їх удосконалення. Для виживання в ринкових умовах вітчизняні товаровиробники повинні виробляти те, що продається, а не продавати те, що вони виробляють. Головна мета збуту – реалізація економічного інтересу виробника на основі задоволення платоспроможного попиту споживачів. Хоча збут – завершальна стадія господарської діяльності товаровиробника, в ринкових умовах планування збуту передувє виробничій стадії і полягає у вивченні кон'юнктури ринку та можливостей підприємства виробляти перспективну продукцію, що користується попитом, а також у складанні планів продажів, на основі яких повинні формуватися плани постачання і виробництва. Грамотно побудована система організації та контролю збуту здатна забезпечити конкурентоспроможність компанії [1].

Управління збутовою діяльністю є складним і багатограним процесом і вимагає постійного аналізу й удосконалювання. Поступове збільшення обсягів реалізації товарів вітчизняних виробників зумовлює необхідність формування новітніх дієвих технологій у системах управління збутовою діяльністю. Тому пріоритетним завданням промислових підприємств є створення ефективної системи управління збутовою діяльністю, яка б враховувала інтереси виробників. Вона повинна включати вирішення низки теоретичних і методико-прикладних завдань, пов'язаних з економічним оцінюванням збутової діяльності, проведенням системних досліджень кон'юнктури ринку, створенням кваліфікованого відділу маркетингу та логістики, плануванням стратегії розвитку збутової

діяльності, формуванням аналітичного й інформаційного забезпечення. Управління збутовою діяльністю на підприємстві повинно реалізовуватися через застосування таких функцій:

1. Планування (підбір, класифікація та підготовка до використання інформації щодо розроблення стратегії збуту; оцінювання та аналізування факторів внутрішнього і зовнішнього середовищ; визначення стратегії розвитку збутової діяльності).

2. Організування (створення організаційної структури управління збутом на підприємстві; створення внутрішньофірмових і посередницьких систем розподілу продукції).

3. Мотивування (стимулювання учасників системи розподілу продукції: знижки, винагороди, преміювання, навчання персоналу).

4. Контролювання та регулювання (встановлення системи показників для оцінювання результатів дієвості збутової системи) [2].

Збутова діяльність ґрунтується на досягненні умов отримання максимального прибутку та швидкої реалізації виготовлених товарів, що вимагає загальних методичних основ у процесі організації збутової діяльності. Тому, надто важливим є планування збутової діяльності, де на основі планових показників виробництва визначаються обсяги потреб в ресурсах і їх основні постачальники. При недостатності тих чи інших ресурсів необхідно узгодити план виробництва і збуту продукції з урахуванням фінансово-економічних і матеріально-технічних пріоритетів. Розробка плану збуту передбачає розробку програми руху потоків виробів по всьому розподільчому ланцюгу: від виробничих підрозділів підприємства до торгових центрів кінцевого продажу чи навіть до окремих споживачів продукції. Ця стадія пов'язана з плануванням потреби у складських приміщеннях і транспортних засобах.

Планування збутової діяльності підприємств складається з таких етапів:

- аналіз вхідної інформації, що може вплинути на збут і збутову діяльність підприємств;

- постановка цілей збутової діяльності та обрання способів їх досягнення;

- планування кількості каналів розподілу, товароруку, обслуговування;

- планування якості і результатів роботи цих каналів та остаточне формування стратегічних планів збутової діяльності підприємств [3].

Для покращення роботи системи збуту на підприємстві актуальним і доцільним є:

- удосконалення підсистеми планування збуту з більш чіткою орієнтацією на стратегію підприємства,

- здійснення прогнозування обсягів продажів товарів на основі сучасних методів та моделей;

- здійснення планування збутової діяльності з найбільш повним урахуванням тенденцій розвитку зовнішнього середовища;

- досягнення максимальної відповідності виробничої програми плану збуту продукції;

- своєчасне та гнучке коректування планів збуту відповідно до змін смаків, потреб споживачів;

- підвищення кваліфікації персоналу служби збуту, вживання заходів з підвищення ефективності роботи працівників, що забезпечують управління збутовою діяльністю на підприємстві.

Отже, удосконалення управління збутовою діяльністю підвищить ефективність роботи підприємства та сприятиме отриманню максимального прибутку.

#### Перелік посилань

1. Баканов І.В. Роль збутової діяльності для промислового підприємства [Текст] / І.В.Баканов // Управління розвитком. - 2014. - №13 (176) – С.16-17.

2. Шпилик С. Управління збутовою діяльністю підприємства [Текст] / С.Шпилик // Галицький економічний вісник. – 2012. – №4(37). – С.88-95.

3. Бойко О.В. Маркетингове стратегічне планування збутової діяльності підприємства [Текст] / О.В.Бойко О.В., Г.О.Криштапюк // Збірник наукових праць. Луцький національний технічний університет. - 2013.– Випуск 10 (38). – С.19-24.

УДК 621.57

**Самуся О.В., аспірантка кафедри економіки підприємства**

*(Государственный ВУЗ «Национальный горный университет, г. Днепропетровск, Украина)*

### **ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ ТЕПЛОНАСОСНОЙ УТИЛИЗАЦИИ БРОСОВОГО ТЕПЛА ШАХТНОЙ ВОДЫ НА УГОЛЬНЫХ ШАХТАХ**

Истощение запасов органического топлива в недрах Земли обуславливает расширение использования природного тепла, вторичного и бросового тепла промышленных установок и предприятий. На угольных шахтах мощными источниками бросового тепла являются шахтная вода, исходящая вентиляционная струя, обратная вода систем охлаждения компрессорных установок. Эти источники имеют невысокую температуру, поэтому для использования отбираемого от них тепла в системах теплоснабжения шахт необходима его трансформация в тепло более высокого потенциала с помощью тепловых насосов.

За последние 50 лет в мировой практике теплоснабжения теплонасосные технологии получили весьма широкое распространение. Сегодня в мире эксплуатируется более 130 млн. теплонасосных установок различного назначения [1]. По данным Международного Энергетического Агенства к 2020 году в развитых странах доля отопления и горячего водоснабжения (ГВС) за счет тепловых насосов будет составлять 75% [2].

В Украине теплонасосные технологии только начинают развиваться. В 2010 году на шахте «Благodatная» ПАО «ДТЭК Павлоградуголь» создана первая в Украине теплонасосная установка (ТНУ), использующая тепло шахтной воды. В «Концепции развития топливно-энергетического комплекса Украины на 2006 – 2030 годы» прогнозируется, что производство тепловой энергии за счет тепловых насосов будет эквивалентно использованию 20 млн. т условного топлива [3].

Основным направлением современных научных исследований является развитие экономических аспектов оценки эффективности и разработка экономико-математических моделей проектирования теплонасосных технологий использования низкопотенциального тепла в условиях горных предприятий Украины.

Стратегия внедрения теплонасосных технологий утилизации низкопотенциального тепла на горных предприятиях зависит, прежде всего, от корректности оценок их экономической эффективности.

Национальным горным университетом в 2013 году разработан проект теплонасосной установки, утилизирующей низкопотенциальное тепло шахтной воды в условиях шахты им. Сташкова ПАО «ДТЭК Павлоградуголь». В проекте реализованы инновационные решения, состоящие в использовании низкопотенциального и высокопотенциального тепла, вырабатываемого тепловыми насосами, для комплексного обеспечения потребности шахты в горячей воде, отоплении и кондиционировании воздуха.

Выполнены расчеты и анализ энергетической и экономической эффективности применения теплонасосной технологии утилизации тепла шахтной воды с целью нагрева воды для системы горячего водоснабжения, нагрева приточного воздуха в гардеробных и сушильных помещениях бани, отопления здания АБК и кондиционирования воздуха в некоторых помещениях шахты.

В качестве основного критерия экономической эффективности рассматривался срок окупаемости капитальных затрат на реализацию теплонасосной технологии.

В результате выполненных расчетов и анализа установлено, что:

наиболее рациональным является 18-и часовый суточный цикл работы тепловых насосов – в ночное время и во время полупикового периода загрузки электрической сети. В этом случае, при подготовке только лишь горячей воды срок окупаемости капитальных затрат на реализацию теплонасосной технологии составляет 3,5 года;

попутная выработка холода для кондиционирования воздуха в ламповой и других проблемных помещениях АБК при подготовке горячей воды приводит к повышению экономической эффективности теплонасосной установки и сокращению срока окупаемости капитальных затрат с 3,5 до 2,9 лет;

применение тепловых насосов для обогрева гардеробных и сушильных помещений бани в период межсезонья несколько ухудшает экономические показатели и приводит к возрастанию сроков окупаемости капитальных затрат до 4,4 (при отсутствии кондиционирования) и 3,9 года (при использовании выработанного холода для кондиционирования). Если же обогрев гардеробных и сушильных помещений бани с помощью тепловых насосов осуществляется в течение межсезонья и всего холодного периода года, то срок окупаемости капитальных затрат сокращается соответственно до 3,5 и 3,1 лет из-за более полного использования в течение года дополнительных устанавливаемых тепловых насосов;

варианты с отоплением всего АБК требуют больших капитальных затрат и вследствие использования оборудования только лишь в холодное время года характеризуются высокими значениями срока окупаемости капитальных затрат – до 6 – 7 лет.

На основе выполненного анализа к реализации рекомендуется вариант применения теплонасосной технологии утилизации тепла шахтной воды для комплексного обеспечения следующих функций:

подготовки горячей воды для системы горячего водоснабжения;

обогрева гардеробных и сушильных помещений бани;

кондиционирования воздуха в ламповой и некоторых других проблемных помещениях АБК.

Годовая экономия от применения теплонасосной технологии в этом варианте превысит 1 млн. грн/год, а срок окупаемости капитальных затрат составит 3,9 года.

Применение разработанной методики при проектировании теплонасосных установок позволит повысить их технико-экономические показатели и долю энергосберегающих технологий в структуре энергетического баланса, а также улучшить экологию окружающей среды.

### Перечень ссылок

1. Басок, Б.И. Анализ экономической эффективности при реализации теплонасосных систем для теплоснабжения / Б.И. Басок, Т.Г. Беляева, А.А. Рутенко, А.А. Лунина // Промышленная теплотехника: Международный научно-прикладной журнал. – 2008. – Том 30, № 4. – С. 56-63.
2. Возобновляемые источники энергии. План внедрения и продвижения технологий на период до 2020 года [Электронный ресурс] // EREC, Renewable Energy House, Brussels. – 2007. – Режим доступа: [http://www.abok.ru/for\\_spec/articles.php?nid=3790](http://www.abok.ru/for_spec/articles.php?nid=3790)
3. Дубовик В.С. Стан комунальної енергетики України // Комунальна енергетика України: стан, проблеми, шляхи модернізації. К. : – 2007. – С. 22-39.



УДК 332.142.6

**Прокопенко Н.П.** викладач I категорії, **Денисова В.В.** студентка гр. ОПА-12-2/9  
(Автотранспортний коледж ДВНЗ КНУ, м. Кривий Ріг, Україна)

### **ЗАПРОВОДЖЕННЯ СУЧАСНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ПЕРЕРОБКИ ВТОРИННОЇ СИРОВИНИ, ЯК ОДИН З НАПРЯМКІВ ЕКОНОМІЧНОГО ТА СОЦІАЛЬНОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНУ.**

Стратегія економічного і соціального розвитку України передбачає здійснення активної державної регіональної політики в багатьох напрямках, одним з яких є: створення на сучасній технологічній базі переробної промисловості в кожному регіоні.

Саме тому організація виробництва по переробці побутових відходів з виділенням з них цінних фракцій, придатних для вторинної переробки є доволі актуальним напрямком здійснення підприємницької діяльності в умовах сьогодення. Сьогодні конкурентне середовище в "смітєвому" бізнесі (переробка і сортування) цілком сприятливе для інвестицій. Смітєпереробних компаній трохи, самого сміття - просто завалися, і про централізовану систему його сортування і переробки доводиться тільки мріяти. Місцева влада доки відноситься до "санітарів міста" дуже прихильно. Але вкладені на перших порах кошти окупити можна досить швидко. При цьому рентабельність виробництва досить висока. За оцінками операторів переробного ринку, рентабельність у початківця-смітєпереробника може досягати 20%, а з часом і 50%.

У Криворізькому районі населенням викидається в середньому 3500,5 тон полімерів в рік. За попередніми оцінками, створення одного цеху по переробці ПЕТ тари - це створення нових робочих місць спочатку у кількості 11, з подальшим збільшенням до 40 робочих місць. А найголовніше, створення таких переробних цехів, внесе важливий вклад в економічне і найголовніше в екологічне оздоровлення території Криворізького району.

За оцінками фахівців, людина "виробляє" в рік до 250 кг побутових відходів. У середньостатистичному смітєвому баку близько 25% займають харчові відходи, 5-10% - папір, 50% - полімери, решта доводиться на метал, текстиль, гуму, скло і інший мотлох. Класичний шлях видалення відходів (контейнер - смітєвоз - звалище - рекультивация) сьогодні неефективний і, крім того, потенційно небезпечний, оскільки навіть ретельно оброблене і засипане ґрунтом звалище є джерелом "газу звалища", стимулюючого парниковий ефект. Однією з основних проблем Криворізького району в екологічній сфері є те, що посилюється у міру соціально-економічного розвитку району негативна дія відходів виробництва і споживання на стан природного довкілля і усіх її компонентів - повітряного середовища, водних об'єктів, ґрунтів, надр, лісів. Результатом такої дії є забруднення і деградація природних екосистем, зниження біорізноманітності, виснаження природних ресурсів, погіршення стану здоров'я населення, зниження інвестиційної привабливості і потенціалу розвитку Криворізького району в цілому.

Загальна кількість тих, що утворюються на території Криворізького району відходів, складає близько 0,7 млн. тонн, з них основна маса - 58 відсотків, представлена твердими побутовими відходами, розміщується на полігонах і звалищах на території району і населених пунктах району. Джерелами утворення твердих побутових відходів є організації і підприємства, населення району і об'єкти інфраструктури. На частку населення припадає максимальна кількість твердих побутових відходів, що утворюються, - близько 3,4 тисяч тон в рік. Динаміка утворення твердих побутових відходів свідчить про їх постійне зростання. При цьому не менше 50 відсотків ТПВ, що поступили на полігони, складають відходи, які можуть бути залучені в господарську діяльність в якості вторинних ресурсів.

Розглянемо проблему утилізації твердих побутових і промислових відходів і раціонального використання полімерних відходів з урахуванням світового досвіду і умов, що склалися в Україні. Проблема твердих побутових відходів (ТПВ) в Україні усе більш загострюється. Звалища ТПВ займають величезні площі, тільки в Дніпропетровській області це більше 500 кв. км. Відходи розкладаються, виділяючи газ звалища, токсичні фільтрати і інші небезпечні отруйні речовини. Значним компонентом відходів є полімери: пакувальні матеріали, корпуси різного устаткування, побутової техніки, труби, меблі і багато що інше. Їх доля перевищила 12%, а щорічний приріст складає 10-12% . Полімери практично не розкладаються під дією природних чинників, як це відбувається з іншими органічними відходами, а ті з полімерів, які повільно, але руйнуються, в процесі розкладання виділяють токсичні з'єднання, що забруднюють довкілля. Спосіб позбавлення від сміття шляхом простого спалювання по відношенню до полімерних відходів просто недопустима через токсичність газових викидів.

Розглянемо зарубіжний досвід вирішення проблеми. Спалювати доцільно тільки деякі типи пластмас, що втратили свої властивості, для отримання теплової енергії. Відома тепла електростанція в місті Вульвергемптоні (Великобританія) уперше у світі працює на полімерах і старих автомобільних покривках. Здійснити цей унікальний проект, що дозволяє забезпечити електроенергією 25 тис. житлових будинків, допомогло англійське Управління по утилізації невикопних видів палива. У Німеччині у сфері утилізації відходів зайнято більше мільйона чоловік; на екологічні програми щорічно витрачається близько 30 млрд. євро. На Тайвані урядовим установам, школам, збройним силам заборонено користуватися поліетиленовими пакетами і сумками. За порушення закону накладаються великі штрафи. У США робиться більше 1,5 тисяч найменувань виробів з вторинних пластмас, які раніше робилися тільки з використанням первинної сировини. Цей досвід розширюється. У Великобританії і США здійснюють утилізацію газу звалища (біогазу), що замінює в якості палива кам'яне вугілля і природний газ. У Китаї дуже розвинена система заготівлі вторинної сировини : макулатура, полімерна і металева упаковка (алюмінієві і бляшані банки, пластикові пляшки, склотара). Невеликі пересувні приймальні пункти розташовані поряд з житловими будинками. Існують також промислово освоєні технології піролізу відходів пластичних мас і зношених автомобільних шин (Великобританія, США, Японія, Італія, Німеччина). Заводи потужністю 50 - 80 тис. тон відходів в рік роблять газоподібне, рідке паливо, технічний вуглець.

Оскільки в нашій країні не реалізуються програми з залученням зарубіжного досвіду, необхідно шукати методи, що дозволяють боротися з відходами без залучення додаткових коштів. Це можливо, якщо в якості способу утилізації відходів використати вже існуючі технології. Наприклад, завантажувати сортовані полімерні відходи в камеру коксування, де вони розкладатимуться і у вигляді газоподібних речовин уловлюватися і використовуватися як паливо котельних та ін. Альтернативним і відносно недорогим методом є метод формування полімерних відходів, що нагріваються, на існуючих у будівельній промисловості пресах. Отримані вироби можуть бути використані в якості будівельних матеріалів, тим самим будуть використані такі їх якості: як стійкість до атмосферних дій, висока міцність, невелика маса і тому подібне

Можливе розширення існуючих виробництв по виготовленню придатних до використання виробів з вторинної сировини полімерів. Дослідження показали, що використання вторинної сировини дозволить економити до 40% засобів, що раніше витрачаються на закупівлю первинної сировини. Отже, розробка і впровадження технологій по утилізації і використанню відходів дозволить добитися економії сировини для існуючих виробництв і отримання високого економічного ефекту.

УДК 303.519.7

Єгорцева Є.Є., асистент кафедри прикладної математики та обчислювальної техніки  
(Національна металургійна академія України, м. Дніпропетровськ, Україна)

### ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНИХ МЕТОДІВ ПРИ УПРАВЛІННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Заключним циклом управління конкурентоспроможністю в комплексній системі управління конкурентоспроможністю підприємств на основі маркетингу є стратегічний контроль – це адекватний засіб зворотного зв'язку в досягненні цілей підприємства за допомогою стратегій. За результатами стратегічного контролю управління конкурентоспроможністю менеджери мають чітку уяву про необхідні заходи в системі стратегічного планування, тобто процес управління конкурентоспроможністю підприємства носить перманентний характер.

Важливим напрямком оцінки ефективності управління конкурентоспроможністю є оцінка якості конкурентних стратегій, яка дозволяє підприємствам визначити резерви підвищення якості процедур стратегічного планування. Методика даного напряму зводиться до розрахунку показника якості конкурентних стратегій (К):

$$K = \sqrt{\left(\sum_{i=1}^n q_i \times \frac{x_i + y_i}{2}\right) \times \left(\sum_{j=1}^m q_j \times \frac{x_j + y_j}{2}\right)}, \quad (1)$$

де  $i = 1, 2, \dots, n$  – кількість показників якості розробки конкурентних стратегій;

$j = 1, 2, \dots, m$  – кількість показників потенційної результативності конкурентних стратегій;

$q_i$  – значимість  $i$ -го показника якості розробки конкурентних стратегій;

$x_i$  – експертна оцінка працівниками досліджуваних підприємств  $i$ -го показника якості розробки конкурентних стратегій;

$y_i$  – експертна оцінка незалежними дослідниками  $i$ -го показника якості розробки конкурентних стратегій;

$q_j$  – значимість  $j$ -го показника потенційної результативності конкурентних стратегій;

$x_j$  – експертна оцінка працівниками досліджуваних підприємств  $j$ -го показника потенційної результативності конкурентних стратегій;

$y_j$  – експертна оцінка незалежними дослідниками  $j$ -го показника потенційної результативності конкурентних стратегій.

При інтерпретації результатів враховують, що максимальний показник якості конкурентних стратегій може дорівнювати 5 ( $K_{\max} = 5$ ).

Аналіз даних минулих років застосовують, якщо опитування організацій-споживачів пов'язане з труднощами або на підприємстві немає достатньо кваліфікованих працівників, які можуть бути експертами у цій галузі. Часовий ряд (ряд динаміки) продажу товару за минулі роки можна аналізувати за чотирма основними компонентами: тренд, цикл, сезонність та нерегулярні події.

Побудову трендової моделі застосовують у промисловому маркетингу, коли фактори попиту на товари промислового призначення є сталі за часом та не передбачається швидких змін на ринку. При цьому вважається, що ці дані виражають постійні причинні зв'язки, які можна виявити завдяки статистичному аналізу.

Для проведення статистичного аналізу ряд динаміки розглядають як числову послідовність спостережень, які характеризують соціально-економічне явище в часі. Динамічний ряд складається з двох елементів: рівнів ряду (статистичних показників) і моментів часу, до яких належать ці рівні.

Найпоширенішим способом вирівнювання рядів динаміки є метод найменших квадратів. Він полягає у тому, що шляхом застосування певних алгебраїчних розрахунків знаходиться така теоретична лінія, яка найбільш вдало вирівнює ряд динаміки. Ця лінія зветься трендом, або трендовою лінією. Вона графічно і теоретично описує основну тенденцію.

Теоретична лінія вирівнювання (тренд) повинна перебувати на оптимальній віддалі від фактичних значень ряду. Математично:

$$F = \sum_{i=1}^n (y_i - \bar{y}_i) \rightarrow \min \quad (2)$$

Трендова лінія є графіком певної функції, що виражає закономірність суспільно-економічно явища, яке вивчається. Для вирівнювання рядів динаміки МНК застосовують різні алгебраїчні функції. Найчастіше використовуються:

лінійна:  $\bar{y} = a_0 + a_1 * t$

степенева:  $\bar{y} = a_0 * t^{a_1}$

показникова:  $\bar{y} = a_0 + a_1^t$

квадратична (парабола):  $\bar{y} = a_0 + a_1^t * t + a_2 * t^2$

де  $a$  - параметри кривих або прямої;  $t$  - моменти часу.

Для знаходження параметрів трендових ліній необхідно розв'язати систему:

$$\begin{cases} \delta F / \delta a_0 = 0 \\ \delta F / \delta a_1 = 0 \end{cases} \quad (3)$$

Для лінійної функції  $\bar{y} = a_0 + a_1 * t$  ця система має вигляд:

$$\begin{cases} a_0 \cdot n + a_1 \cdot \sum t_i = \sum y_i \\ a_0 \cdot \sum t_i + a_1 \cdot \sum t_i^2 = \sum y_i \cdot t_i \end{cases} \quad (4)$$

Нелінійні функції за допомогою заміни та логарифмування можна звести до лінійної. Вибір форми трендової лінії проводиться, застосовуючи коефіцієнт детермінації:

$$R^2 = \frac{\sum (y_i - \bar{y})^2}{\sum (y_i - \bar{y})^2} \quad (5)$$

де  $\bar{y}$  - середнє значення,  $y_i$  - фактичні рівні ряду в  $i$ -тому році,  $\bar{y}_i$  - теоретичні рівні ряду в  $i$ -тому році.

$R^2$  набуває значення від 0 до 1. Чим вищий коефіцієнт детермінації, тим краще описує вибраний тренд тенденцію, що склалася.

УДК 658:621

Іванова М.І., к.е.н., доцент, Величко О.І., спеціаліст гр. С-МО-14

(Державний ВНЗ «Національний гірничий університет», м. Дніпропетровськ, Україна)

## ПРИНЦИПИ ТА ОСОБЛИВОСТІ АДАПТАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА ДО МІНЛИВИХ РИНКОВИХ УМОВ

Термін адаптація походить від латинського *adapto* - "приспосовую", і визначається як "процес пристосування побудови та функцій організмів до умов середовища".

Як і будь-який інший економічний процес, адаптація має свою структурну логіку, яку ми представили на рис. 1. Розглянемо більш докладно основні елементи механізму адаптації.

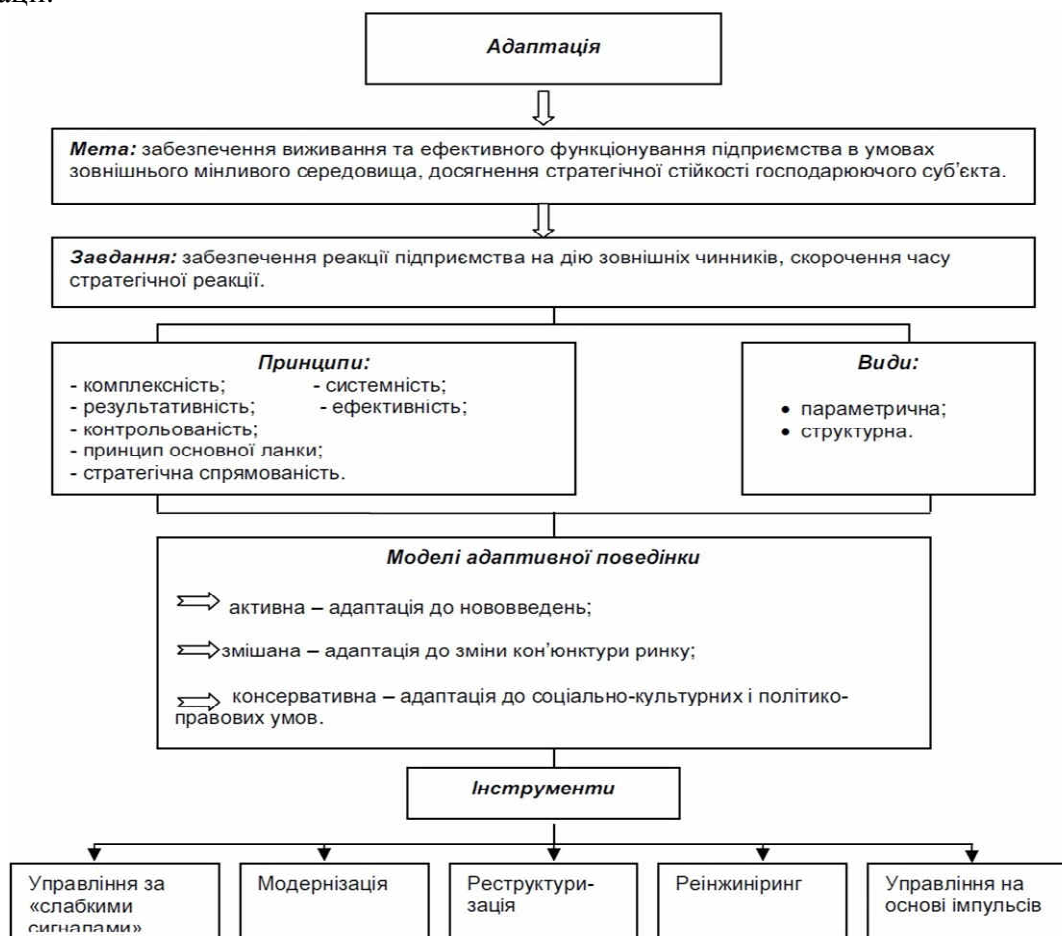


Рисунок 1 – Структурна схема механізму адаптації

Метою адаптації є забезпечення виживання та ефективного функціонування підприємства в умовах зовнішнього мінливого середовища, досягнення стратегічної стійкості господарюючого суб'єкта.

Відповідно, основними завданнями є: по-перше, забезпечення реакції підприємства на дію зовнішніх чинників, по-друге, скорочення часу стратегічної реакції. На думку вітчизняних вчених, є три основні варіанти виконання даних завдань, а отже, три типи адаптивних процесів:

1. Прогнозування змін, підготовка до них і, як наслідок, швидка реакція при їх виникненні.

2. Розвиток "імунітету" до змін, управляти якими складно або неможливо шляхом

підвищення економічної стійкості системи та зосередження основних зусиль на факторах, що піддаються впливу та контролю.

3. Управління змінами, а не реакція на них.

Безумовно, адаптація є складним процесом, що має здійснюватися у відповідності до певних принципів. Вважаємо, що основними принципами адаптації є наступні:

- комплексність – передбачає врахування усіх сфер та аспектів діяльності підприємства;
- системність – зумовлює необхідність застосування системного підходу до вивчення, аналізу та запровадження заходів по адаптації;
- результативність – передбачає наявність кінцевого результату процесу пристосування;
- ефективність – передбачає оцінювання бюджету адаптації та його порівняння з можливими втратами підприємства у випадку відсутності проведення заходів;
- стратегічна спрямованість – орієнтація на забезпечення стійкості підприємства у довгостроковій перспективі;
- контрольованість – враховує наявність контролю на усіх етапах проведення адаптаційних змін;
- принцип основної ланки – передбачає орієнтацію на першочерговий пошук і розв'язання основної проблеми.

Невміння реагувати оперативно та управляти змінами може стати причиною кризи підприємства, спричиненої невідповідністю внутрішнього середовища системи зовнішнім вимогам.

Адаптація суб'єкта господарювання до змінного зовнішнього середовища і пов'язаними з ним впливами окремих факторів середовища може бути параметричною і структурною. Параметрична адаптація припускає зміну параметрів внутрішніх систем підприємства, таких як освоєння виробництва нової продукції чи нової технології, зміна ринків збуту чи цінової політики підприємства. Структурна адаптація передбачає зміну самої структури внутрішньої системи підприємства, появу нових внутрішніх систем, реорганізацію чи ліквідацію існуючих [1].

Залежно від ролі і значення адаптаційних елементів, а також готовності підприємства до реалізації адаптивної реакції можна виділити три моделі поведінки суб'єктів господарювання:

- модель активного поведіння – підприємство готове до адаптації, її темп високий. Наявні розроблені принципи адаптації, моделі, що враховують характер та масштаб змін. Характер адаптації системний (охоплює всі сфери і всі підрозділи);
- модель консервативного поведіння – підприємство пасивне, його поведінка багато в чому інерційна. Відсутні активні кроки на ринку. Проблеми, що виникають, вирішуються або традиційним способом або очікується їх розв'язання на державному рівні. Низький темп адаптації. Моделі та принципи адаптації не розроблені. Адаптація носить, як правило, локальний характер (зміни відбуваються в окремих підрозділах);
- модель змішаного поведіння – адаптація виборча, тобто залежить від виду та інтенсивності впливу факторів зовнішнього середовища. Темп адаптації нижчий, ніж при активній моделі. Наявні загальні принципи адаптації та способи поведіння, але модель не розроблена.

Основними методами адаптації підприємства у сучасних умовах є модель управління "за слабкими сигналами", модернізація, реструктуризація, реінжиніринг, управління на основі імпульсів, кожен з яких має свої особливості застосування, переваги та недоліки.

#### Перелік посилань

1. Кугаенко А.А. Основы теории и практики динамического моделирования социально-экономических объектов и прогнозирования их развития. – М.: Вузовская книга, 1998. – 392 с.

УДК 336.57

**Хмара О. С. викладач , Решетько Д.О. студентка гр. ОПА-12-1/9**  
(Автотранспортний коледж ДВНЗ КНУ, м. Кривий Ріг, Україна)

## ПРОЖИТКОВИЙ МІНІМУМ В УКРАЇНІ: РЕАЛІЇ СЬОГОДЕННЯ

Формування в Україні ринкових відносин обумовило потребу вироблення адекватної соціальної політики, яка б сприяла забезпеченню достатнього рівня споживання матеріальних, соціальних та культурних благ усіма верствами населення. При цьому основною її метою є покращення матеріального становища і умов життя населення, забезпечення ефективної зайнятості населення та конституційних прав громадян у сфері соціального захисту, освіти, охорони здоров'я, культури. Для підвищення рівня життя населення важливе значення має впровадження ефективної системи соціальних стандартів і гарантій.

Запровадження нової системи соціальних стандартів на основі прожиткового мінімуму, яке здійснювалось відповідно до ст. 46 Конституції України, стало ключовим етапом реформування соціальної політики. Він базується на положеннях законів України від 05.10.2000 № 2017-III "Про державні соціальні стандарти та державні соціальні гарантії", від 15.07.1999 № 966-XIV "Про прожитковий мінімум", Постанови Кабінету Міністрів від 14.04. 2000 № 656 "Про затвердження Методики визначення прожиткового мінімуму на одну особу та для осіб, які відносяться до основних соціальних і демографічних груп населення" та інших нормативних документів

Оснoву для розрахунку прожиткового мінімуму для основних соціальних і демографічних груп населення становить вартість мінімальних наборів продуктів харчування, послуг та непродовольчих товарів, які зазвичай називаються споживчим кошиком. Від цінової величини споживчого кошику залежить, на якому рівні буде встановлений прожитковий мінімум, а отже і всі інші соціальні стандарти, гарантії, виплати та допомоги.-[1,2]

На сьогодні, споживчий кошик в Україні характеризується такими недоліками, які впливають на прожитковий мінімум:

1. Склад споживчого кошику не задовольняє мінімальні потреби людини:

- у частині набору продовольчих товарів спостерігається невідповідність медичним нормам споживання продуктів харчування, що рекомендовані Українським НДІ гігієни харчування МОЗ

- у частині наборів непродовольчих товарів та послуг, їх вміст не забезпечує гідного життя, оскільки не враховує сучасні життєво необхідні витрати: оренда житла, витрати на освіту (дошкільну, шкільну, вищу), медичне обслуговування, рекреацію, новітні комунікаційні засоби (мобільний зв'язок, Інтернет) тощо. Саме на ці послуги щороку зростають попит та вартість.

2. Вагова структура споживчого кошику не відповідає сучасним потребам громадян:

- структура споживання продовольчих товарів за змінилася (збільшення вживання фруктів, м'яса, менше – борошна, картоплі). Крім того із урахуванням нових моделей харчування, які актуалізуються у всьому світі – пропаганда здорового способу життя, здорового харчування, поширення вегетаріанства – можна очікувати суттєву зміну у структурі харчування громадян;

- норми споживання непродовольчих товарів та термінів їх служби є вкрай застарілими, виходячи із появи нових товарів та майже повного зникнення позицій товарів, які входять у чинний набір (наприклад, жіночі панталони, пральна машина типу «Малютка», холодильник однокамерний, радіоприймач однопрограмний ).[3]

Якщо ж брати досвід країн Євросоюзу, то вартість споживчого кошика в них, на відміну від України, визначається не в абсолютних, а у відносних показниках. Суть полягає в тому, що споживчий кошик визначається як фіксований набір продуктів та послуг, які споживає типовий покупець. При цьому споживчий кошик є підставою для обрахунку індексу споживчих цін.

Крім того, споживчий кошик складається з різних великих категорій, які об'єднують групи товарів та послуг. Кількість позицій в споживчому кошику ЄС значно відрізняється від українського, в якому знаходиться трохи більше 150 одиниць: в Німеччині це 700 одиниць, у Франції – біля 305, у Швейцарії – 1046.

Ще однією відмінністю є те, що прожитковий мінімум в країнах ЄС, який визначається на основі споживчого кошику, не обраховується нормативно. Норми споживання замінюються середньою заробітною платою. Прожитковий рівень складає майже 60 % від середньої заробітної плати. На основі цього вираховується межа бідності по країні й, відповідно, кількість тих, хто має право на соціальну допомогу від держави. Таким чином, країни ЄС не підраховують бідність, а розраховують нормальний рівень життя. В той же час нормальний рівень життя має властивість змінюватися, що відображається і в споживчому наборі товарів та послуг[4]

Не дивлячись на те, що прожитковий мінімум із року в рік зростає, він ледве забезпечує первинні або фізіологічні потреби людини та практично ігнорує соціальні потреби, які є невід'ємною складовою гідного життя. Аналіз показників прожиткового мінімуму та мінімальної заробітної плати свідчить про те, що система соціального захисту та соціального забезпечення в Україні не відповідає європейським стандартам. Незважаючи на зростання цих показників, їх співвідношення залишається далеким від стандартів Європейської соціальної хартії, відповідно до вимог якої мінімальна заробітна плата повинна становити не менше ніж 2,5 прожиткових мінімуму.

Отже, для розроблення ефективних соціальних стандартів необхідно виробити чітку соціальну стратегію держави. Державні бюджети потрібно формувати з точки зору соціальних стандартів. Тобто, бюджетна політика має бути спрямована на всебічне врахування інтересів пересічної людини, громадянина. Високі рівні соціальних стандартів стануть реально досяжними лише тоді, коли буде сформована відповідна їм матеріальна база. Основне призначення соціальних стандартів – „підтягування” малозабезпечених представників суспільства до рівня середнього класу.

Ефективна система соціальних стандартів є обов'язковою передумовою формування потужного середнього класу та ліквідації глибокого розшарування суспільства. Таким чином, необхідною постає розробка системи соціальних стандартів, яка б дійсно забезпечувала гідний рівень життя населення та відповідала європейським стандартам, при цьому її запровадження має передбачати поступові етапи досягнення цих стандартів протягом кількох років окремо для кожної категорії населення.

### Перелік посилань

1. Закон України від 15.07.1999 N 966-XIV « Про прожитковий мінімум» [Електронний ресурс].–Режим доступу: <http://zakon.nau.ua/doc/code=966-14>
2. Постанова Кабінету Міністрів України від 14.04.2000 № 656» Про затвердження наборів продуктів харчування, наборів непродовольчих товарів та наборів послуг для основних соціальних та демографічних груп населення» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://search.ligazakon.ua/1\\_doc2.nsf/link1/KP000656.html](http://search.ligazakon.ua/1_doc2.nsf/link1/KP000656.html)
3. Теслюк Н. П.,Горобінська І. В. Застосування зарубіжного досвіду формування споживчого кошика у підвищенні якості життя українця [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.irbis-nbuv.gov.ua](http://www.irbis-nbuv.gov.ua)
4. Кривцова М. С. Шляхи підвищення державних соціальних стандартів у політиці доходів населення [Електронний ресурс].– Режим доступу: <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/bitstream>



УДК 65.012.34.

**Іванова М.І., к.е.н., доцент, Грищенко Д.В., магістр гр. МО-14м***(Державний ВНЗ «Національний гірничий університет», м. Дніпропетровськ, Україна)***ЕКОНОМІКО-ОРГАНІЗАЦІЙНА СУТНІСТЬ ЛОГІСТИЧНИХ СИСТЕМ**

Поняття логістичної системи є одним з базових у логістиці. Існують різні види систем, які забезпечують функціонування економічного механізму. З цієї множини необхідно виокремити логістичні системи. Поняття логістичної системи є частковим стосовно загального поняття. Тому треба спочатку дати визначення загальному поняттю системи, а потім з'ясувати, які системи належать до класу логістичних.

Щоб бути системою, об'єкт повинен мати чотири ознаки.

Перша ознака. Система є цілісною сукупністю елементів, що взаємодіють один з одним. Слід пам'ятати, що елементи існують лише в системі, поза нею – це тільки об'єкти.

Друга ознака. Між елементами системи діють зв'язки, які є закономірною необхідністю й визначають інтегральні якості системи.

Третя ознака. Наявність системоформуючих чинників, які дають змогу сформувати упорядковані зв'язки, тобто структуру.

Четверта ознака. Наявність у системі інтегрованих якостей, що притаманні системі загалом, але не властиві жодному з її елементів окремо.

Для логістичних систем характерним є поєднання всіх елементів, наявність зв'язків між ними, а також адаптованість і гнучкість.

Розрізняють макрологістику й мікрологістику, у залежності від ступеня вивчаючих систем. Цивільну, воєнну, транспортну, туристичну, бізнес-логістику в залежності від вивчаючих галузей та складу логістичних систем.

Основною особливістю логістичних систем є їх чітка спрямованість на задоволення попиту споживача, котрий розглядається як зворотній зв'язок системи, який визначає стратегічні завдання функціонування.

Принципову схему логістичної системи наведено на рис. 1.

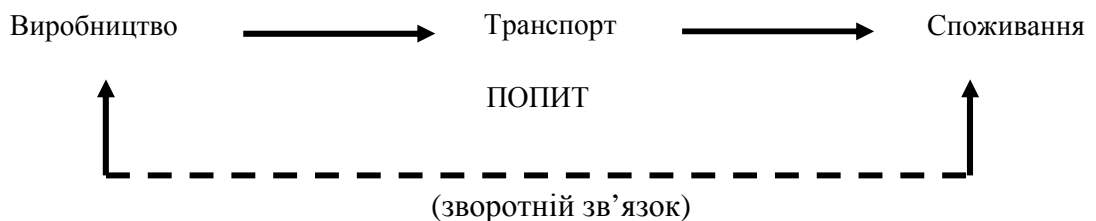


Рисунок 1 – Принципова схема логістичної системи [1, с.10]

Загальною особливістю всіх систем є, по-перше, нескінченна ієрархічність, за якої будь-яка система та будь-який її елемент виконують подвійну роль: системи щодо інших систем нижчого порядку, які входять до цієї системи як складові елементи й водночас поряд з такими самими однопорядкованими системами-елементами входять до системи вищого рівня. Таким чином формується нескінченна ієрархія множини систем, кожна з яких входить до системи вищого порядку як складовий елемент.

Якісна характеристика системи як одного цілого, тобто частина її системних властивостей, може залежати від якісних характеристик елементів, що входять до неї, здатності адаптуватися до базової системи її логістичних ланцюгів.

Дослідники зазначають, що практика формування системних змін може здійснюватися як еволюційно, тобто шляхом поступових якісних змін системи,

адекватних її кількісним змінам, так і революційним шляхом, коли якісна форма системи є доволі консервативною щодо змінного кількісного змісту, відстає від нього та його вимог. Це призводить до імпульсивного переходу кількості у нову якість через насильницьке руйнування старої форми та її заміни новою формою або системою.

Логістичні системи функціонують в умовах невизначеності, турбулентності зовнішнього середовища для кон'юнктури ринку. Тому за цих обставин неодмінною якістю логістичної системи є її здатність до адаптації. Висока надійність та забезпечення стійкості – один з фундаментальних принципів її функціонування.

Схематично функції логістичної системи відображено на рис. 2.

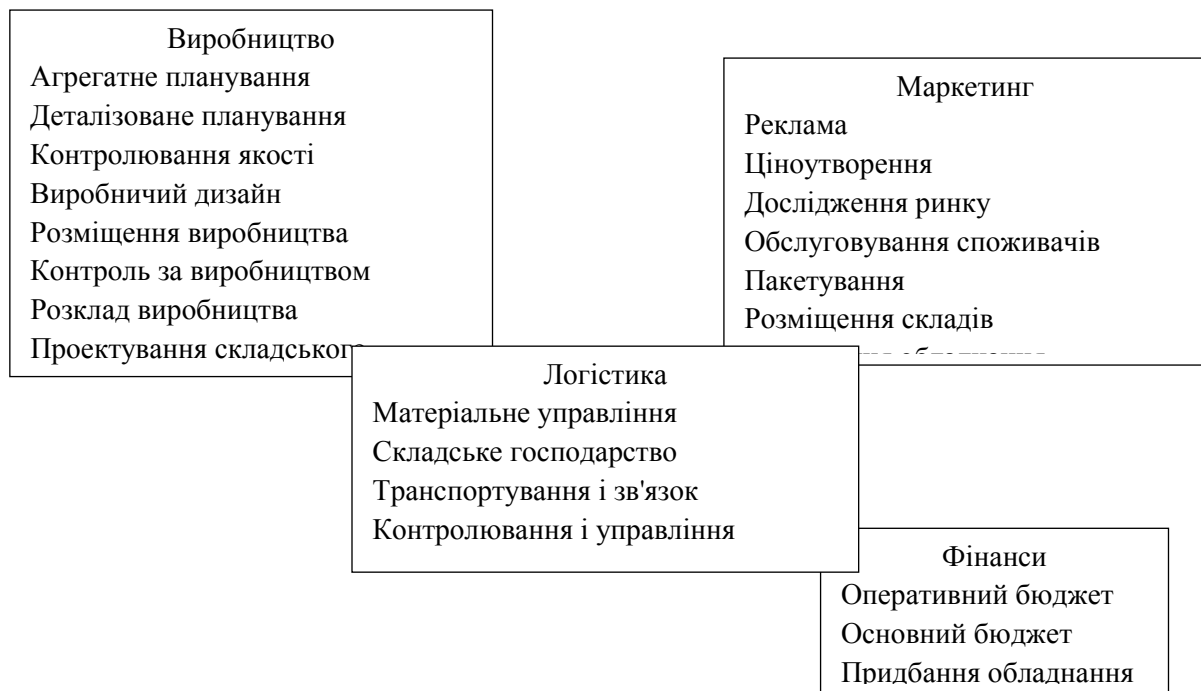


Рисунок 2 – Функції логістичної системи

Якісний склад елементів та їх чисельність характеризують у сукупності заданий або бажаний результат взаємодії та є внутрішньою субстанцією системи.

Логістичні системи поділяють на макрологістичні та мікрологістичні, а також зовнішні та внутрішні [2, с.242].

До мікросистем належать системи, що вирішують питання, пов'язані з управлінням та оптимізацією матеріального та супутнього йому потоків у процесі виробництва, забезпечення та збуту.

В основі всіх механізмів фінансування лежить фінансова модель інвестиційного поетку. В загальному вигляді модель має два основні блоки: блок капіталовкладень і блок фінансових потоків після початку експлуатації об'єкта. Серед механізмів фінансування: механізм змішаного фінансування і кредитування, механізм страхування, проти витратні механізми і механізм самооплатності – останній виділяють як найбільш перспективний [3, с.432].

#### Перелік посилань

1. Гончар Л.А. Передумови і механізм упровадження комерційної логістики на підприємствах роздрібної торгівлі // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. – 2008. – № 5. – С. 39–44.
2. Сергеев В.И. Логистика в бизнесе: Учебник. – М.: ИНФРА-М, 2003. – 608 с.
3. Линдерс М.Р. Управление снабжением и запасами. Логистика / пер. с англ. / Майкл Р. Линдерс, Гарольд Е. Мирон. – СПб.:ООО «Виктория плюс», 2002. – 768 с.

УДК 658.15.003.13.

**Іванова М.І., к.е.н., доцент, Токар Є.Е., магістр гр. М-МО-14**

(Державний ВНЗ «Національний гірничий університет», м. Дніпропетровськ, Україна)

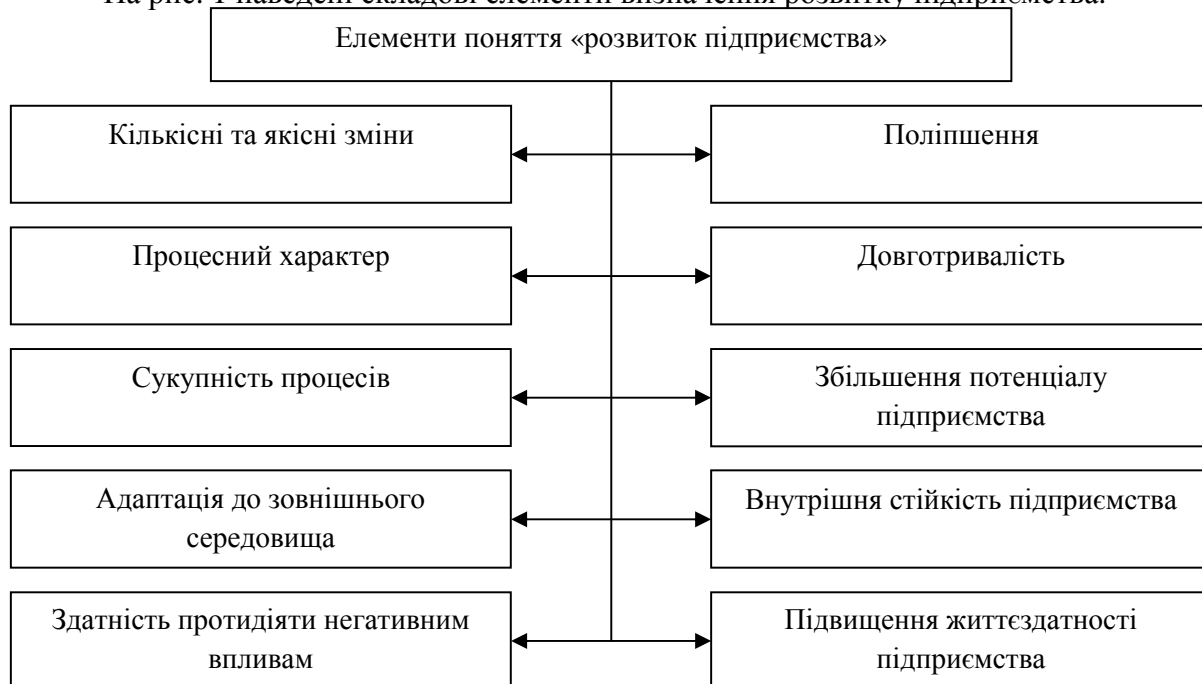
## УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ЯК ОСНОВА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЗБАЛАНСОВАНОГО ЗРОСТАННЯ ПІДПРИЄМСТВА

Під керованим розвитком пропонується розуміти виділену в складі підприємства систему, в якій об'єднані процеси реструктуризації та реінжинірингу, інноваційні та інвестиційні процеси, що ведуть до кількісних та якісних змін у всіх функціональних галузях підприємства, а також контури управління на основі зворотних зв'язків, де вирішуються завдання стратегічного й тактичного управління [1].

розвиток організації – це не разові перетворення з метою досягнення «найкращого» стану системи, а процес, що не припиняється в часі, плин якого не завжди відбувається постійно й безупинно. Розвиток організації найчастіше йде стрибкоподібно з подоланням різних по глибині й охопленню криз.

Представляється можливим стверджувати, що домінантою понять організаційного, керованого та сталого розвитку є все ж таки єдине поняття розвитку підприємства, яке, зважаючи на різність наведених точок зору, потребує певної конкретизації. За умови значних розбіжностей в існуючих трактуваннях, поняттю «розвиток» характерні чітко визначені елементи:

На рис. 1 наведені складові елементи визначення розвитку підприємства.



Рисунк 1 – Складові елементи визначення розвитку підприємства

Відповідно до наведених елементів поняття «розвиток підприємства» можна зазначити наступне:

- перш за все, розвиток передбачає наявність кількісних та якісних змін, які ведуть до певного поліпшення;
- розвиток підприємства має процесний характер, тобто є розподіленим у часі, при цьому розвитку, як процесу, властива довготривалість, зважаючи на певну інерційність підприємства як об'єкту розвитку та наявність часового лагу між імпульсом розвитку та

відповідними йому змінами;

- розвиток підприємства за своїм змістом є сукупністю процесів, які сумарно ведуть до збільшення потенціалу підприємства;

- явними формами прояву змін виступають адаптація до зовнішнього середовища, внутрішня стійкість, підвищення життєздатності підприємства та його спроможності протидіяти негативним впливам зовнішнього середовища.

Отже, розвиток підприємства є достатньо складним поняттям, яке пропонується розуміти як довготривалу сукупність процесів кількісних та якісних змін в діяльності підприємства, які приводять до поліпшення його стану шляхом збільшення потенціалу підприємства, адаптації до зовнішнього середовища та забезпечення внутрішньої стійкості, що сприяє підвищенню життєздатності підприємства та його спроможності протидіяти негативним впливам зовнішнього середовища.

Формування успішних кількісних та якісних змін здійснюється завдяки ефективному управлінню підприємством. Такі складові розвитку, як збільшення потенціалу та адаптація до зовнішніх умов забезпечуються ефективним управлінням конкурентоспроможності, а внутрішня стійкість та захищеність від зовнішніх загроз є елементами економічної безпеки підприємства (рис. 2). В сучасних умовах саме конкурентоспроможність та економічна безпека підприємства визначаються основними пріоритетами його подальшого функціонування, а їх ефективне забезпечення виступає першоосновою ефективного управління розвитком.

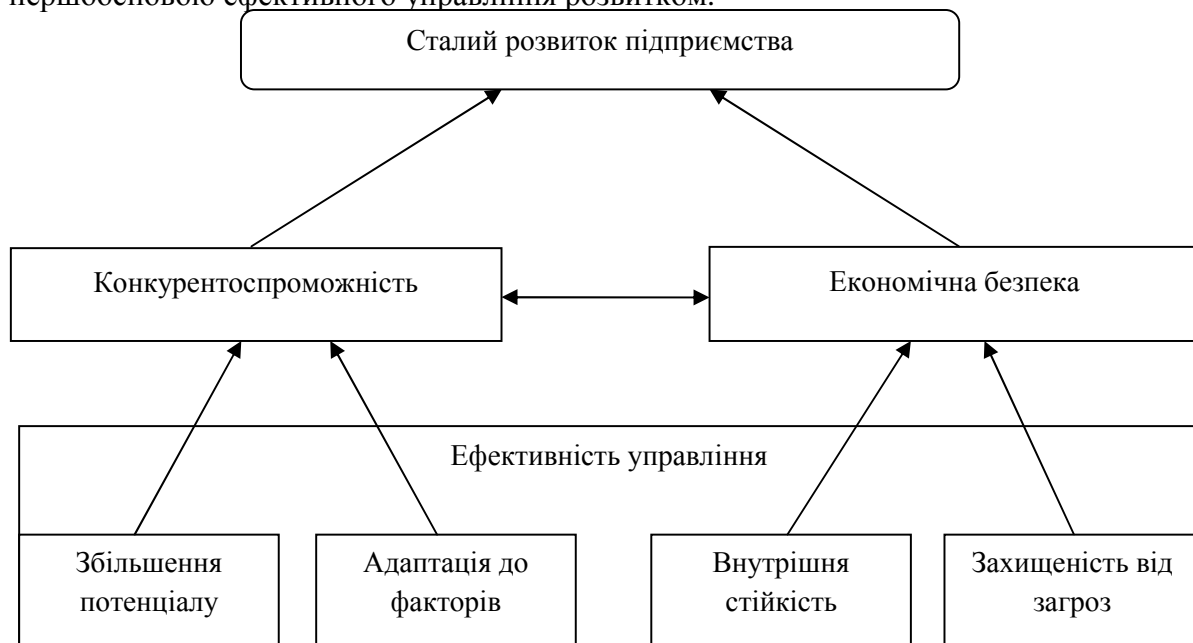


Рисунок 2 – Основні умови забезпечення сталого розвитку підприємства

Подальший розвиток підприємства забезпечується постійним посиленням конкурентних переваг, формуванням та захищенням компетенцій підприємства, при цьому ефективність управління залишається основним джерелом їх досягнення.

Необхідно відмітити, що визначення ефективності – складна і багатогранна проблема, що потребує нових рішень і викликає дискусії та розбіжності в її трактуванні. В більшості випадків ефективність розцінюється як поліпшення, тобто ефективною вважається діяльність суб'єкта господарювання, якщо ним досягнуті намічені результати або головна мета.

#### Перелік посилань

1. Масленников О.В. Стратегия и механизмы управления развитием предприятий с использованием эффективной бизнес-разведки: Дис.... канд. экон. наук: 08.00.05. – Орел, 2001. – 169 с.

УДК 657.424.

**Іванова М.І., к.е.н., доцент, Червоноштан В.О., магістр гр. М-МО-14**

*(Державний ВНЗ «Національний гірничий університет», м. Дніпропетровськ, Україна)*

### **МЕТОДИ ВРАХУВАННЯ ВПЛИВУ ЧАСУ ПРИ ПРАВЛІННЯ РЕАЛЬНИМИ ІНВЕСТИЦІЯМИ**

Управління реальними інвестиціями містить в собі розробку інвестиційної стратегії, що у свою чергу ґрунтується на інвестиційній політиці. Управління інвестиційна стратегія та тактика підприємства реалізується через вибір стратегічних цілей і завдань та методів їх досягнення. Політика управління реальними інвестиціями становить частину загальної інвестиційної політики підприємства, що забезпечує підготовку, оцінку і реалізацію найбільш ефективних реальних інвестиційних проектів. Основою обґрунтування інвестиційної політики підприємства служить аналіз ринку продукції, яка виробляється підприємством.

Напрямки реального інвестування:

1) інвестиції в підвищення ефективності. Їх мета – це створення насамперед умов для зниження витрат фірми за рахунок заміни устаткування, навчання персоналу, переміщення виробничих потужностей у регіони з більш вигідними умовами виробництва;

2) інвестиції в розширення виробництва. Завданням такого інвестування є розширення можливостей випуску товарів для сформованих ринків у межах існуючих виробництв;

3) інвестиції у створення нових виробництв. Такі інвестиції забезпечують створення нових підприємств, які випускатимуть товари, що не виготовлялися фірмою раніше (здійснювати новий тип послуг), або дозволяють фірмі вийти на нові для неї ринки;

4) інвестиції заради задоволення вимог державних органів управління. Цей різновид інвестицій є необхідним у тому випадку, коли фірма стає перед необхідністю задовольнити вимоги влади в частині екологічних стандартів, безпеки виробництва або інших умов діяльності, що не можуть бути забезпечені тільки шляхом удосконалення менеджменту.

В основі стратегії вибору пріоритетних напрямків інвестування знаходиться інвестиційна політика підприємства. Що в свою чергу ґрунтується на аналізі ринку продукції, що виробляється цим підприємством, або нової, запланованої до випуску. Головною метою вивчення ринку є оцінка можливості збуту цієї продукції. Також до найбільш важливих факторів, які визначають стратегічне і тактичне інвестиційне планування фірми, належить загальна економічна ситуація і макроекономічні передумови інвестицій [1, с.54].

Для забезпечення ефективного управління формуванням інвестиційних ресурсів на підприємстві зазвичай розроблюється спеціальна інвестиційна стратегія, яка підтримує та забезпечує стабільну інвестиційну діяльність, ефективне використання фінансових ресурсів, фінансову стійкість підприємства на довготермінову перспективу. Розробка стратегії формування інвестиційних ресурсів підприємства проходить такі основні етапи.

По-перше, визначення загального обсягу необхідних інвестиційних ресурсів на основі балансового методу, методу аналогій або методу питомої капіталомісткості продукції підприємства [2, с.622].

По-друге, визначення потреби в інвестиційних ресурсах для здійснення фінансових інвестицій.

По-третє, визначення загальної суми необхідного резерву капіталу з урахуванням стадій та термінів реалізації інвестиційних проектів.

В-четвертих, вивчення можливостей формування інвестиційних ресурсів за рахунок різних джерел.

По-п'яте, визначення методів фінансування окремих інвестиційних програм та проектів

Аналіз джерел фінансування, хоча і є складовою і невід'ємною частиною загальної процедури аналізу інвестиційних проектів, до певної межі може розглядатися як самостійне завдання. Власне, самі джерела фінансування інвестиційних проектів визначені відносно однозначно (табл. 1). Сама ж процедура аналізу зводиться до визначення ціни ресурсів (WACC), можливого сценарію одержання ресурсів, нормативно-правової регламентації та інших умов.

Таблиця 1

## Джерела формування інвестиційних ресурсів підприємства

Джерела формування інвестиційних ресурсів підприємства	
Залучені	1. Частина чистого прибутку, що спрямовується на виробничий розвиток
	2. Амортизаційні відрахування
	3. Страхова сума відшкодування збитків, спричинених втратою майна
	4. Раніше здійснені довготермінові фінансові вкладення, термін яких минає в поточному періоді
	5. Реінвестована шляхом продажу частина основних засобів
	6. Імобілізована в інвестиції частина надлишкових оборотних активів
Позикові	1. Довготермінові кредити банків, та інших кредитних інститутів (включно з фортфейтингом та іноземними кредитами)
	2. Емісія облігацій підприємства
	3. Цільовий державний кредит, спрямований на конкретний вид інвестування.
	4. Податковий інвестиційний кредит
	5. Інвестиційний лізинг
	6. Інвестиційний селенг
	7. Кошти фізичних осіб
Власні	1. Емісія привілейованих та простих акцій підприємства
	2. Емісія інвестиційних сертифікатів інвестиційних фондів та компаній
	3. Безоплатно надані державними органами та комерційними структурами кошти на цільове інвестування
	4. Внески сторонніх, вітчизняних та зарубіжних інвесторів до статутного фонду підприємств неакціонерної організаційно-правової форми

Разом з тим без детального опрацювання механізму фінансування будь-який, навіть найбільш привабливий спосіб фінансування може виявитися неефективним.

В основі всіх механізмів фінансування лежить фінансова модель інвестиційного поетку. В загальному вигляді модель має два основні блоки: блок капіталовкладень і блок фінансових потоків після початку експлуатації об'єкта. Серед механізмів фінансування: механізм змішаного фінансування і кредитування, механізм страхування, проти витратні механізми і механізм самооплатності – останній виділяють як найбільш перспективний [2, с.432].

## Перелік посилань

1. Старик, Д.Э. Как рассчитать эффективность инвестиций [Текст]: – М.: Финстатинформ, 1996. – 92 с.

2. Шарп, У.Ф., Александер Г.Дж., Бэйли Дж.В. Инвестиции [Текст]: Наукове видання: англ. – М.: Инфра-М, 1998. – 1028 с.

УДК 65.02

**Барабан О.А., к.т.н., доцент, Каліберда О.А., магістр гр. МО-14м***(Державний ВНЗ «Національний гірничий університет», м. Дніпропетровськ, Україна)***ОРГАНІЗАЦІЯ ВИРОБНИЦТВА НА ПІДПРИЄМСТВАХ**

На всіх етапах розвитку економіки основною ланкою є підприємство. Підприємство - це самостійний господарюючий суб'єкт, створений для виробництва продукції, виконання робіт і надання послуг з метою задоволення суспільних потреб і одержання прибутку. Саме на підприємстві здійснюється виробництво продукції, відбувається безпосередній зв'язок працівника з засобами виробництва.[1]

Організація виробництва — це комплекс заходів, спрямованих на раціональне поєднання процесів праці з речовинними елементами виробництва в просторі й часі з метою підвищення ефективності виробництва, тобто досягнення поставлених завдань у найкоротший строк за найкращого використання виробничих ресурсів.[2]

Організація виробництва складається з багатьох підсистем, основні з яких ми можемо розглянути на рис.1



Рисунок 1 – Функціональні підсистеми організації виробництва

Як уже зазначалося, організація виробництва охоплює всі складові виробничої системи та аспекти її виробничо-господарської діяльності та включає:

— організацію праці робітників підприємства як процес установлення й удосконалення способів виконання й умов протікання процесів праці;

— організацію виробничих процесів у часі та просторі як процес функціонального, просторового і тимчасового поєднання і зв'язку речовинних та особистісних чинників виробництва;

— організацію автоматичного і гнучкого автоматизованого виробництва як процес комплексної механізації й автоматизації не тільки технологічних операцій, а і допоміжних прийомів

— організацію допоміжних цехів і обслуговуючих господарств підприємства як процес комплексного обслуговування основних цехів підприємства за всіма функціями, що виходять за межі їх основної спеціалізації;

— організацію технічного контролю якості продукції як процес устанавлення якості продукції, що випускається на підприємстві, забезпечення конкурентоспроможності виробів і економії суспільної праці;

— організацію технічного нормування праці як процес устанавлення ступеня витрат праці на виготовлення одиниці продукції або виконання заданого обсягу роботи за визначений період часу.[3]

Раціональна організація виробництва полягає в тому, щоб інтегрувати всю сукупність різнорідних компонентів, що реалізують процес виробництва, у цілісну і високоефективну виробничу систему, всі елементи якої ретельно "підігнані" один під одного за всіма аспектами їх функціонування. Основні завдання, що розв'язуються організацією виробництва, такі:

— скорочення часу запуску нової продукції у виробництво;

— створення гнучких виробничих систем, що дають змогу в масовому обсязі виробляти і пропонувати послуги за індивідуальними замовленнями споживачів;

— управління глобальними виробничими мережами;

— розробка нових технологічних процесів і впровадження їх в наявні виробничі системи;

— швидке досягнення високої якості продукції та збереження досягнутого рівня в період, що передує реструктуризації;

— управління різнорідною робочою силою;

— дотримання обмежень, пов'язаних з охороною навколишнього середовища, етичних норм і державного законодавства.[4]

Організація виробництва й оптимальне управління ним є найважливішими чинниками прискорення науково-технічного прогресу. Вони забезпечують найбільш повне й ефективне використання трудових, матеріальних і фінансових ресурсів підприємства, зниження собівартості та підвищення якості продукції, зростання продуктивності праці й ефективності виробництва, істотне скорочення тривалості циклу "дослідження — проектування — виробництво — реалізація" і підвищення темпів відновлення продукції та технічного розвитку виробництва [5].

### Перелік посилань

1. Завадський Й.С. Менеджмент. – Т.1. – Вид. 2-ге. – К.: Українсько-фінський інститут менеджменту і бізнесу, 1998. – 542 с.
2. Лозниця В.С. Психологія менеджменту. Навчальний посібник. – К.: КНЕУ, 1997. – 248 с.
3. Хміль Ф.І. Менеджмент : Підручник. – К.: Вища школа, 2005. – 357 с.
4. Шаповал М.І. Менеджмент якості. – К.: Т-во «Знання», 2003. – 475 с.
5. Козловский В.А., Маркина Т.В., Макаров В.М. Производственный и операционный менеджмент. Учебник. – СПб: «Специальная Литература», 1998. – 366 с.



УДК 65.02

**Барабан О.А., к.т.н., доцент, Купріянов А.В. магістр гр. МО-14-м**

*(Державний ВНЗ «Національний гірничий університет», м. Дніпропетровськ, Україна)*

### **ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА**

Інновації як продукт реалізації результатів науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт (НДДКР) є основою підсилення потенціалу підприємства та значним фактором у формуванні його майбутньої вартості [1].

З огляду на широту поняття «інновація» вважаємо, що базове поняття «інноваційна діяльність підприємства» повинно включати науково-технічну складову.

Інноваційна діяльність – процес, спрямований на розробку та на реалізацію результатів наукових досліджень і розробок підприємства або інших науково-технічних досягнень в новий або удосконалений технологічний процес, що використовується в практичній діяльності, а також пов'язані з цим додаткові наукові дослідження і розробки.

Формування та впровадження стратегій інноваційного розвитку є динамічним процесом, який вимагає постійного коригування відповідно до нових економічних реалій, до того ж фактори впливу на ефективність інноваційного процесу надзвичайно різноманітні. Відповідно, важливою науковою задачею постає виявлення і врахування найважливіших чинників, які стримують чи сприяють розвитку інноваційної діяльності та її фінансового забезпечення. Відповідно, важливою науковою задачею постає виявлення і врахування найважливіших чинників, які стримують чи сприяють розвитку інноваційної діяльності та її фінансового забезпечення.

Групи гальмівних чинників впровадження інновацій та їх фінансового забезпечення на промислових підприємствах [2]:

- виробничі – брак інформації про ринки збуту; брак інформації про нові технології; несприйнятливості підприємств до нововведень; відсутність можливостей для кооперації з іншими підприємствами та науковими організаціями; відсутність кваліфікованого управління інноваційними процесами, спрямованого на отримання конкурентних переваг;

- правові – недосконалість інструментів правового регулювання інноваційної діяльності; відсутність оптимального рівня оподаткування.

Наведені вище фактори можна доповнити низкою інших чинників, зокрема тими, що сприяють інноваційному розвитку.

Також виділимо фактори: нормативно-правові, фінансово-економічні (система фінансування інноваційної діяльності; система формування сприятливого економічного середовища в інноваційній сфері) та організаційні (механізм здійснення інноваційної діяльності; формування та реалізація інноваційної політики) [3].

Фактори, що перешкоджають або обмежують інноваційну активність. Такими факторами є: висока вартість нововведень; низький рівень науково-технічного й технологічного потенціалу; низький рівень взаємодії й кооперації під час розроблення технологічних інновацій; недостатня фінансова підтримка держави; брак власних коштів; дефіцит кваліфікованих кадрів [4].

На необхідності інвестиційної підтримки інноваційного розвитку підприємств наголошують Л.Г. Соляник і Ю.М. Грачова та подають такі фактори [5]: необхідний розмір інвестицій в інновації; рівень значущості інновацій; рівень ризику інноваційної діяльності; масштаб ефекту від інноваційної діяльності. Підсумовуючи викладене вище, визначимо фактори інноваційного розвитку промисловості (рис 1).



Рисунок 1 – Фактори інноваційного розвитку промисловості та його фінансового забезпечення

Пошук шляхів і методів подолання негативних тенденцій у розвитку промислового виробництва повинен зосереджуватися на можливостях активізації інвестиційно-інноваційних процесів на всіх рівнях господарського комплексу України.

Розвиток процесів активізації інвестиційно-інноваційної діяльності промислових підприємств повинен бути складовою частиною програми структурних перетворень промислового комплексу України. Для цього необхідно системно розглядати питання фінансового, матеріального та кадрового забезпечення інвестиційно-інноваційної діяльності. Однак в умовах дефіциту фінансових ресурсів, незважаючи на збільшення обсягів інвестицій в основний капітал, у тому числі й за рахунок залучення прямих іноземних інвестицій, значення внутрішніх джерел розвитку інвестиційних процесів залишається для багатьох підприємств домінуючим.

В сучасний момент зростає роль управління фінансовими ресурсами, що інвестуються в активи підприємств. Це обумовлено дефіцитом фінансових коштів та вимогою високого ступеня їх ліквідності, необхідної для трансформації в будь-який інший вид ресурсів: основні виробничі фонди, обігові кошти, довгострокові фінансові вкладення, нематеріальні активи, кваліфіковану робочу силу. Управління діяльністю промислових підприємств у кризовому стані повинно здійснюватися з урахуванням науково-обґрунтованої оцінки впливу різних економічних факторів на показники ефективності використання ресурсів, інвестованих в активи підприємств. Це дозволить визначити перспективні напрямки розвитку інвестиційно-інноваційної діяльності, а також побудувати адекватні прогнози змін показників, що визначають ефективність використання ресурсів.

#### Перелік посилань

1. Антонюк Н. А. Принципы формирования портфеля инноваций в рамках управления затратами предприятий / Н. А. Антонюк // Формування ринкової економіки : зб. наукових праць. Спец. вип., присвяч. Міжнародній науково-практичній конференції «Контролінг у бізнесі : теорія і практика» / ред. А. М. Поддєрьогін. - К. : КНЕУ, 2008. – С. 66 – 71.

2. Ігнатенко О.Я. Стимулювання інноваційного розвитку промислових підприємств / О.Я. Ігнатенко. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://www.masters.donntu.edu.ua/2008/fem/ignatenko/library/st1.htm>.

3. Городиський Т.І. Інноваційний потенціал: фактори впливу / Т.І. Городиський; Національний лісотехнічний університет України // Науковий вісник НЛТУ України : зб. наук.-техн. праць. – Львів : РВВ НЛТУ України. – 2007. – Вип. 17.2. – С. 276-284.

4. Соменкова Н.С. Формування стратегії інноваційного розвитку промислового підприємства / Н.С. Соменкова // Економіка та фінанси: вісник Ніжегородського університету ім. М.І. Лобачевського – 2008. № 1. – С. 160-162.

5. Соляник Л.Г. Аналіз машинобудування комплексу України: основні тенденції інвестиційної та інноваційної діяльності в галузі / Л.Г. Соляник, Ю.М. Грачова.

УДК 331.103

**Бардась А. В., д.е.н., професор, Ненасіна Ю.С., магістр гр. МО-14-м**

*(Державний ВНЗ «Національний гірничий університет», м. Дніпропетровськ, Україна)*

### **ОСОБЛИВОСТІ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЄЮ ПРАЦІ**

Діяльність кожного підприємства тісно пов'язана з його основною виробничою функцією-створення максимуму товарів чи послуг для задоволення потреб свого персоналу, споживачів та суспільства в цілому при найменших витратах виробництва, для її здійснення підприємство створює діяльність у різних сферах, виконуючи у кожній сфері спеціальні функції. Вони виникають у наслідок горизонтального поділу праці та визначають її спрямованість на конкретний об'єкт. Зміст спеціальних функцій управління показує специфічні особливості виробництва і залежить від його типу, складності, спеціалізації та інших факторів.

Підвищена увага до організації праці та виробництва на підприємствах спричинена тим, що сучасне виробництво не може розвиватися навмання, не враховуючи основні закономірності розвитку економічних знань. Стрімкий розвиток технологій та виробництва викликає також зміну та удосконалення організаційних процесів праці.

В сучасному світі дуже велика увага приділяється до організації праці та виробництва на підприємствах. Це спричинено тим, що сучасне виробництво не може розвиватися навмання та без будь-якого контролю, не враховуючи основні закономірності розвитку економічних знань. Стрімкий розвиток технологій та виробництва викликає також зміну та удосконалення організаційних процесів праці.

Формування сучасного ринкового середовища бізнесу та адекватних відносин господарювання підвищили актуальність (особливо) наукової обґрунтованості управлінських рішень, глибокого дослідження і різнобічного аналізу на різних рівнях економіки. При цьому аналіз, як засіб з'ясування сутності проблем або явищ повинен перетворитися з звичайного опису в активний важіль обґрунтування перспектив розвитку фірми, з методу оцінки - в елемент прогнозування, активного регулювання та координації господарських та управлінських процесів [2].

Зростаюча відповідальність керівників за результати своєї діяльності та спрямованість бізнесу на постійне підвищення ефективності при умові вільного визначення організаційних форм та структур управління дозволяють керівництву обирати найбільш економічні та результативні структури, гнучкі процеси та найвпливовіші методи управління.

Сучасний етап розвитку ринкових відносин в Україні вимагає від вітчизняних підприємств активних дій з підвищення ефективності їх функціонування. З початку розвитку економічної науки проблема ефективного функціонування підприємств вийшла на перший план і залишається актуальною й сьогодні. Оцінка ефективності управління виробничою діяльністю, прийняття ефективних управлінських рішень, а також рішення щодо введення технологій та засобів забезпечення ефективного функціонування підприємства становлять особливий інтерес як для вчених, так і для економістів-практиків.

Організація праці – це система використання живого труда, певний порядок побудови та здійснення трудового процесу, що дозволяє найбільш ефективно з'єднати техніку та людей у єдиному виробничому процесі і забезпечує підвищення продуктивності праці, охорону здоров'я працівника, його професійне та духовне зростання [1].

Сутність організації праці полягає у створенні таких умов, які забезпечили б найбільшу ефективність виробництва, сприяли всебічному розвитку працівників.

Відрізняють [1]:

- загальні організаційні принципи;
- принципи, що визначають організаційно-технічний аспект системи організації праці.

До перших відносяться [1]:

- принцип плановості організації праці (нарівні підприємства плануванням охоплюються всі етапи виробничого циклу);
- принцип комплексності (враховувати взаємодію всіх елементів системи організації праці та різних рівнів управління виробництвом);
- принцип науковості (використання прогресивних методів організації праці);
- принцип нормативності (використання у організації праці прогресивних нормативів та стандартів);
- принцип ефективності (максимальний матеріальний та соціальний ефект із мінімальними витратами). Друга група принципів охоплює:
  - принцип обов'язкової відповідності між; технічним оснащенням виробництва та рівнем організації праці;
  - принцип системності та комплексності вирішення усіх практичних питань організації праці;
  - принцип пропорційності та узгодженості у праці окремих груп, які працюють із метою утворення з часткових працівників єдиного виробничого колективу;
  - принцип безперервності та ритмічності процесу праці у всіх ланцюгах та на усіх етапах виробничого процесу.

Раціональна організація праці покликана вирішити [3]:

- економічну задачу, яка полягає у максимальному зменшенні витрат на виробництво;
- психофізіологічну задачу, яка пов'язана з оздоровленням та полегшенням умов праці, збереженням фізичного здоров'я та безпекою людей, із підтримкою високого рівня їх працездатності;
- соціальну задачу, яка вирішується шляхом підвищення рівня задоволеності людей своєю роботою, розвитком особистості працюючих.

В умовах ринкової економіки на всіх рівнях управління можна виділити економічні та соціально-психологічні завдання щодо поліпшення організації праці.

Економічні завдання передбачають досягнення максимальної економії живої та уречевленої праці, підвищення продуктивності, зниження витрат у процесі виробництва продукції і надання послуг належної якості.

Соціально-психологічні завдання передбачають створення таких умов праці, які б забезпечували високий рівень працездатності зайнятих у виробництві. Крім того, працівники мають одержувати задоволення від роботи, яку виконують.

Організація праці на підприємствах, в окремих галузях виробництва здійснюється в конкретних формах, які залежать від таких основних чинників: рівня науково-технічного прогресу, системи організації виробництва; психологічних факторів і особливостей екологічного середовища; а також від низки чинників, обумовлених характером завдань, які вирішуються в різних ланках системи управління.

Організація праці змінюється, удосконалюється залежно від зміни цих чинників.

### Перелік посилань

1. Гірняк О.М. Менеджмент: Підручник для студентів вищих навчальних закладів освіти. / О.М. Гірняк, П.П.Лазановський – Львів: Магнолія 2006., 2008. – 352 с.
2. Губин Г.Г. Возможности улучшения качества / железорудных концентратов на ГОКах Кривбасса / Г.Г. Губин, В.Г. Губина // Горный журнал. 2001. – №1. – С. 45-47.
3. Дафт Р. Менеджмент. / Р. Дафт - СПб.: Изд. "Питер", 2000. – 612с.

УДК338.24(075.8)

**Бойко В.В., к.т.н., професор, Буданова Е.В., магістр гр.МО-14м**

*(Державний ВНЗ «Національний гірничий університет», м. Дніпропетровськ, Україна)*

## **СУТНІСТЬ КОНКУРЕНЦІЇ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

Дослідження поняття «конкурентоспроможність підприємства» передбачає з'ясування сутності категорії «конкуренція», оскільки вони тісно взаємопов'язані - про конкурентоспроможність можна говорити тільки при наявності конкуренції між виробниками певної продукції (послуги).

Конкуренція (від лат. *concurrentia* – стикатися, змагатися) - суперництво між товаровиробниками за найбільш сприятливі, економічно вигідні умови виробництва та реалізації продукції [1, с.114].

Згідно з Законом України «Про захист економічної конкуренції», «економічна конкуренція (конкуренція) – змагання між суб'єктами господарювання з метою здобуття завдяки власним досягненням переваг над іншими суб'єктами господарювання, внаслідок чого споживачі, суб'єкти господарювання мають можливість вибирати між кількома продавцями, покупцями, а окремий суб'єкт господарювання не може визначати умови обороту товарів на ринку» [2].

Аналізуючи визначення конкуренції, запропонованими різними вченими-економістами, можна зробити висновок, що всі вони враховують такі її якості, як динамічність, примусовість, єдність конкурентних і монополістичних засад, зв'язок з інноваційними процесами і в кожному випадку її зміст визначається залежно від цілей, у зв'язку з якими вона сформована. Виходячи з цього, можна визначити конкуренцію, як сукупність об'єктивних відносин, перш за все, економічних, між суб'єктами господарювання в умовах ринку, що мають динамічний характер постійного суперництва товаровиробників за прихильність споживачів на основі певних переваг своєї продукції (послуг).

До функції конкуренції як економічної категорії належать: функція регулювання, стимулююча функція, функція ціноутворення, функція контролю та інноваційна функція.

За допомогою функції регулювання фактори виробництва під впливом ціни спрямовуються в ті галузі, де в них відчувається найбільша потреба. Стимулююча функція (або функція мотивації) змушує підприємства прагнути до вищої продуктивності. Завдяки функції ціноутворення конкуренція впливає на рівень індивідуальних витрат на виробництво будь-якого товару, зводячи їх до суспільно необхідних, які, в свою чергу, і визначають виважену ринкову ціну товару. Завдяки функції розподілу конкуренція розподіляє дохід серед суб'єктів господарювання відповідно до їх ефективного внеску, що відповідає головному принципу конкурентної боротьби - винагороди за результатами. За допомогою функції контролю конкуренція виступає силою, що протидіє виникненню стійкої економічної влади окремих суб'єктів ринку. Тобто, конкуренція обмежує та контролює економічну потужність кожного підприємства. Сутність інноваційної функції полягає в необхідності постійно удосконалювати технологічну базу виробництва, впроваджувати новітні технології та прогресивні форми організації виробничого процесу тим самим зменшуючи витрати виробництва, задля можливості отримання додаткового доходу, не збільшуючи при цьому ціну продукції.

Можна зазначити, що основним завданням і головною функцією конкуренції - є завоювання ринку, в боротьбі за споживача перемога своїх конкурентів, забезпечення одержання сталого прибутку.

Під конкурентоспроможністю підприємства галузі розуміють ефективність роботи окремих підприємств галузей національного господарства, що оцінюється, окрім традиційних критеріїв, за показниками, що характеризують і описують міру живучості та динамічності підприємства галузі при різних варіантах розвитку економіки країни, і всього світу в цілому.

Конкурентоспроможність товару відображає його здатність більш повно відповідати запитам покупців порівняно з аналогічними товарами, представленими на ринку. Вона визначається конкурентними перевагами: якістю товару, його технічним рівнем, споживчими властивостями, цінами, встановлюваними продавцями товарів; перевагами в гарантійному і післягарантійному сервісі, рекламі, іміджі виробника, а також ситуація на ринку, коливання попиту.

В економічній літературі зазвичай розрізняють чотири основні рівні конкурентоспроможності підприємства:

1 рівень – зусилля спрямовані лише на випуск продукції, потреби споживача не враховуються;

2 рівень – прагнення до відповідності продукції підприємства стандартам, які були встановлені конкурентами;

3 рівень – ігнорування стандартів конкурентів та поступове отримання переваг у галузі;

4 рівень – успіх у конкурентній боротьбі забезпечує не виробництво, а управління, при цьому підприємство повністю стає «законодавцем моди» на даному ринку.

Конкурентоспроможність підприємства – це рівень його компетенції відносно інших підприємств-конкурентів у нагромадженні та використанні виробничого потенціалу певної спрямованості, а також його окремих складових: технології, ресурсів, менеджменту, навичок і знань персоналу тощо, що знаходить вираження в таких результируючих показниках, як якість продукції, прибутковість, продуктивність тощо [3, с. 23-25].

Зовнішні умови ринку для всіх підприємств металургійної галузі змінені внаслідок зміни політичної ситуацію України. Характеризувати конкурентоспроможність підприємств сьогоднішніх умовах хазяйнування можна на приклад ПАТ «Інтерпайп НТЗ». Розглядаючи ПАТ «Інтерпайп НТЗ», структуру його ринку збуту впродовж 2013-2015 рр., можна відмітити різку зміну географії ринку та його структуру. Якщо в структурі ринку за 2013-2014 рр. Росія займала близько 35 %, то у 2015 році за перше півріччя цей ринок зменшився більш ніж у два рази, а за друге півріччя він повністю зведений до нуля. Тому завдання конкурентоспроможності ПАТ «Інтерпайп НТЗ» на сьогоднішній день полягає в тому, що потрібно розширити ринки збуту. Для цього потрібно ввести аналіз логістики продажів та вплив на кінцеву ціну покупця транспортних витрат. Тому кінцева ціна виробів ПАТ «Інтерпайп НТЗ» незалежно від збільшення транспортних витрат повинна відповідати ринку збуту. Мінімізація транспортних витрат на поставку продукції покупцю повинна визначити мінімізацію витрат на виготовлення продукції ПАТ «Інтерпайп НТЗ».

### Перелік посилань

1. Шершньова З. Є. Стратегічне управління : Підручник / Шершньова З. Є. - 2-ге вид., перероб. і доп. - К. : КНЕУ, 2004. - 699 с.

2. Закон України “Про захист економічної конкуренції” від 11 січня 2001 року №2210. - 14 (Редакція від 11.08.2013, підстава 406-18) // Відомості Верховної Ради України. - 2001. - № 12. - С. 64.

3. Драган О.І. Управління конкурентоспроможністю підприємств: теоретичні аспекти : монографія / Драган О.І. - К. : ДАКККіМ, 2006. - 160 с.

УДК 338.24(075.8)

**Бойченко М.В., к.е.н., доцент, Медведський А.І., магістр гр. МО-14м**

*(Державний ВНЗ «Національний гірничий університет», м. Дніпропетровськ, Україна)*

## **ЕФЕКТИВНІСТЬ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ**

Сьогодні світова економіка переживає серйозні зміни. У сформованих умовах ринку України також відбуваються значні зміни, коли успішний розвиток підприємства й саме його існування безпосередньо залежать від розробленої стратегії та методів її впровадження. Прогнози експертів свідчать, що наслідки кризи будуть суттєвими для 99 % вітчизняних підприємств. У таких умовах тема впливу кризових явищ на управління діяльністю підприємства набуває особливої актуальності.

Висока ймовірність виникнення й розвитку кризи в процесі діяльності будь-якого підприємства зумовлює необхідність здійснення спеціалізованого антикризового управління. Останнім часом цей термін набув значного поширення, однак розуміння сутності цього напрямку управління, його змісту, особливостей, теоретичного підґрунтя ще перебуває на стадії формування. Це спричиняє різні підходи та тлумачення, нетотожність оцінок окремих базових положень.

Загальновизнано, що антикризове управління слід розглядати як один із функціональних напрямів управління підприємством (як різновид організації), тобто згідно з концепцією М. Мескона, як «процес планування, організації, мотивації та контролю, необхідний для того, аби сформулювати та досягти цілей, що стоять перед організацією». Виживання, тобто можливість існувати якомога довше, є найважливішим завданням більшості організацій, тому антикризове управління, безперечно, є складовою менеджменту підприємства в цілому. Цей погляд зору підтверджується у визначенні антикризового управління проф. Е.О. Уткіна - «складова загального менеджменту на підприємстві використовує його кращі прийоми, засоби та інструменти, орієнтується на запобігання можливим ускладненням у діяльності підприємства, забезпечення його стабільного успішного господарювання». Однак окремими українськими дослідниками, зокрема в роботі Н.В. Туленкова, висловлюється думка, що будь-яке управління організацією повинно бути антикризовим, тобто побудованим на врахуванні ризику та небезпеки кризових ситуацій.

Особливістю антикризового управління є не тільки спрямування, а й структурно-логічна побудова, спеціальний інструментарій, окремий суб'єкт проведення, що в комплексі й дає змогу розглядати антикризове управління як виокремлений напрям управлінської діяльності. Можливість антикризового управління визначається насамперед людським чинником. Тільки усвідомлена діяльність людини дозволяє шукати та знаходити шляхи виходу з критичних ситуацій, концентрувати зусилля для розв'язання найбільш складних та болючих проблем, накопичувати досвід переборення криз та творчо використовувати його з урахуванням реалій поточної макроситуації та особливостей господарської системи підприємства [1, с.357].

Об'єктом антикризового управління є виникнення та поглиблення кризи розвитку підприємства, що має негативні наслідки для життєдіяльності підприємства, її усунення та запобігання. Основними напрямками антикризового управління на рівні господарюючого суб'єкта вважаються постійний моніторинг фінансово- економічного стану підприємства, розробка нової управлінської, фінансової й маркетингової стратегій, скорочення постійних і змінних витрат, підвищення продуктивності праці, залучення коштів засновників, посилення мотивації персоналу. Іншими словами, поняття антикризового управління є дуже широким. Воно містить й глобальні проблеми сьогодення, і проблеми росту підприємства, і періодично виникаючі поточні проблеми, спричинені порушенням

тактики та стратегії тощо [2, с.125].

Можна виділити основні фактори, що визначають ефективність антикризового управління, а їх розуміння й диференціація допомагають успішно здійснювати й аналізувати цей процес:

- професіоналізм антикризового управління й спеціальна підготовка;
- методологія розробки ризикованих рішень;
- корпоративність;
- лідерство;
- оперативність і гнучкість управління;
- стратегія і якість антикризових програм;
- система моніторингу кризових ситуацій.

Розглядаючи різні антикризові заходи, до яких удаються сьогодні сучасні підприємства, найпоширенішими та найактуальнішими можна назвати такі:

1. Скорочення витрат – дієвий інструмент, яким підприємство може скористатися для стабілізації фінансового стану. Очевидно, що для підвищення рентабельності продажів і подальшого збільшення надходжень коштів, необхідно знизити витрати. У рамках цього використовується нормування всіх статей витрат і твердий контроль виконання встановлених нормативів. Такий підхід принесе відчутні результати і дозволить утримати витрати компанії на зазначеному рівні.

2. Аналіз можливостей передачі на аутсорсинг дорогих процесів. Слід встановити, що вигідно робити самостійно і що дешевше закуповувати в інших виробників.

3. Жорсткість контролю всіх видів альтернативних витрат. Використання платного Інтернету в особистих цілях, телефонні дзвінки міжміського зв'язку, використання оргтехніки – це далеко не всі витрати, яких можна уникнути.

4. Оптимізація технологічних процесів.

5. Удосконалення організаційної структури управління з метою ліквідації зайвих рівнів управління.

При оцінці ефективності антикризового менеджменту підприємства необхідно враховувати специфічність цього процесу, пов'язану з сутністю підприємства як відкритої соціально-економічної системи, результати діяльності якої зачіпають інтереси значної кількості суб'єктів господарювання, населення та державних органів. У зв'язку з цим було виділено вісім базових груп учасників антикризового процесу (власники, керівництво, персонал, кредитори, споживачі, державні органи, господарський суд, арбітражний керуючий), для кожної з яких деталізовано, залежно від напрямку прикладених ними зусиль (орієнтація на збереження чи ліквідацію кризового підприємства), коло основних інтересів (ефектів), а також відповідні цим інтересам кількісні та якісні індикатори [3, с.22].

Таким чином, антикризове управління ґрунтується на глибокому аналізі фінансово-господарського стану підприємства та розробці антикризових заходів, що дозволяє підприємству передбачити й уникнути банкрутства, а також підвищити ефективність його діяльності [4, с.331].

#### Перелік посилань

1. Антикризове управління підприємством: Навч. посіб./ З.Є. Шершньова, В.М. Багацький, Н.Д. Гетманцева; За заг. ред. З.Є. Шершньової. – К.: КНЕУ, 2007. - 680 с.
2. Уткин Э. А. Антикризисное управление / Под ред. Э. А. Уткин. - М.: Ассоц. «Тандем», узд. ЭКМОС, 1997. - 400с.
3. Чернишов В.В. Сучасне розуміння поняття антикризового управління / В.В. Чернишов // Економіка розвитку. – 2011. – № 1. – С. 21–24.
4. Штангрет А.М., Копитюк О.І. Антикризове управління підприємством: Навч. посіб. – К.:Знання, 2007. – 335 с.



УДК 330.142

**Комліченко А.В. ст. гр. МІ-14м**

**Науковий керівник: Варяниченко О.В., к.е.н., доцент кафедри менеджменту виробничої сфери**

*(Державний ВНЗ «Національний гірничий університет», м Дніпропетровськ, Україна)*

### **ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИМ КАПІТАЛОМ НА ПРИКЛАДІ ПАТ «КОМБІНАТ «ПРИДНІПРОВСЬКИЙ»**

Інноваційний розвиток підприємства характеризує результативність реалізованих нововведень, що передбачає також використання факторів нематеріального характеру, які включають в себе знання та досвід співробітників, технічне, програмне та інформаційне забезпечення, інноваційний потенціал, культуру та ресурси, об'єкти інтелектуальної власності, зв'язки з існуючими та новими клієнтами. Дані фактори формують інтелектуальний капітал підприємства і впливають на його інноваційні трансформації. Тому здійснення ефективної інноваційної діяльності та її розвиток неможливі без розуміння сутності інтелектуального капіталу підприємства та формування системи управління ним.

Зокрема мають потребу такі дослідження на підприємствах харчової промисловості, які забезпечують споживчий ринок молочною продукцією. ПАТ «Комбінат «Придніпровський» - виробник високоякісної молочної продукції, входить до трійки лідерів по Україні. На сьогодні асортимент ПАТ «Комбінат «Придніпровський» складає більше 100 найменувань продукції. Реалізація інноваційної стратегії здійснюється шляхом розробки в підрозділах підприємства програми нововведень, формулюються конкретні цілі і шляхи їх досягнення, що забезпечує координацію всіх організаційних одиниць, сприяє нарощуванню науково-технічного потенціалу ПАТ «Комбінат» Придніпровський» для наступного впровадження нововведень у технологію виготовлення продуктів. У 2001 році ПАТ «Комбінат» Придніпровський» отримав свідоцтво Української асоціації якості як організація, орієнтована на впровадження передових методів управління. Один із напрямків інноваційної діяльності підприємства є патентно-ліцензійна робота. Ефективність інноваційної моделі розвитку підтверджується тим, що підприємство за останні 5 років одержало 10 патентів. Завдяки інноваційним розробкам і якості організаційних технологій, продукція стала конкурентоздатною, що дає можливість задовольнити запити споживачів відповідно до можливостей ринку та попиту.

В цілому на ПАТ «Комбінат» Придніпровський» достатньо досконала стратегія інноваційної діяльності. Але недостатня рентабельність діяльності підприємства (1,7%) підтверджує необхідність переглянути спроможність і ефективність обраних методів та форм управління, орієнтованих на практичне нарощування інтелектуального потенціалу підприємства. Особливої уваги потребує вирішення питань залучення об'єктів права інтелектуальної власності в господарський оборот.

Відповідно досліджень А. Морозова [1] на ПАТ «Комбінат» Придніпровський» доцільно впровадити інтегровану систему управління інтелектуальним капіталом, яка включає етапи, що наведені на рисунку 1.

Даний підхід до управління інтелектуальним капіталом дозволяє в умовах будь-якого підприємства: досліджувати тенденції розвитку процесів управління інтелектуальним капіталом в Україні; аналізувати структуру, види і зміст процесу використання інтелектуального капіталу; виявляти особливості залучення інтелектуального капіталу в господарський оборот підприємства; розробляти класифікацію підприємств за ступенем готовності до використання інновацій; досліджувати структуру етапів і бізнес-процесів залучення і використання



Рисунок 1 – Етапи формування системи управління інтелектуальним капіталом ПАТ «Комбінат» Придніпровський»

інтелектуального капіталу на підприємстві; виявляти характер впливу та основні фактори, які визначають ефективність використання інтелектуального капіталу; досліджувати структуру бізнес – процесів, які формують алгоритм системи управління інтелектуальним капіталом підприємства; розробляти моделі та методики формування системи управління інтелектуальним капіталом підприємства й здійснювати впровадження.

У кінцевому результаті така модель розвитку підприємства та управління інтелектуальним капіталом сформує позитивний макро – і мікроекономічний імідж ПАТ «Комбінат» Придніпровський» та підвищить фінансову привабливість для інвесторів.

### Перелік посилань

1. Морозов, А. Система управління інтелектуальним капіталом підприємства як механізм захисту прав інтелектуальної власності. [Текст] / А. Морозов // Інтелектуальна власність. – №1. – 2008. – С. 43 – 52.

УДК 339.138

**Маловік В.В. ст. гр. М-МЗ-14**

**Науковий керівник: Варяниченко О.В., к.е.н., доцент кафедри менеджменту виробничої сфери**

*(Державний ВНЗ «Національний гірничий університет», м Дніпропетровськ, Україна)*

## **СУЧАСНІ КОНЦЕПЦІЇ МАРКЕТИНГУ В УПРАВЛІННІ ЕКСПОРТОМ ПІДПРИЄМСТВА**

Дослідження зарубіжних фахівців показали, що більшість компаній, починаючи вихід на закордонні ринки, прагне оволодіти власними прийомами маркетингової поведінки, часто навіть недооцінюючи витрат і не маючи чіткого уявлення про концептуальні засади потенційної діяльності. Істотні зміни на міжнародних ринках потребують від експортоорієнтованих підприємств переосмислення та перегляду існуючих стратегій поведінки, прийняття рішень по актуалізації існуючих концепцій менеджменту або ж переходу до зовсім нових. Перш за все це орієнтація на довгострокове перебування на зовнішніх ринках, що вимагає інтегрованого стратегічного підходу до маркетингової діяльності та менеджменту.

В процесі розвитку концепцій управління підприємством, відбувалася поступова інтеграція концепцій маркетингу в систему функціонування підприємства практично шляхом передачі службі маркетингу все нових функцій діяльності та управління.

Концепція маркетингу – це система поглядів, які визначають орієнтацію підприємницької діяльності на певних етапах її розвитку [1].

Існують п'ять альтернативних концепцій, на основі яких підприємство може здійснювати свою маркетингову діяльність, які розглянуто нижче [1].

Концепція вдосконалення виробництва – орієнтована на споживачів, які надають перевагу дешевим і доступним для придбання товарам. За допомогою високої ефективності виробництва є змога мати помірні витрати й пропонувати споживачам товари за низькими цінами. Дана концепція доцільна в таких випадках, коли: існує дефіцит товару на ринку; попит можливо збільшити, зменшивши ціну; існує можливість зменшення витрат шляхом збільшення обсягів виробництва товару.

Концепція вдосконалення товару – передбачає постійне й всебічне підвищення якості товару й розрахована на споживачів, які готові платити високу ціну за високу якість товару.

Концепція інтенсифікації збутових зусиль – передбачає, що споживачі не купуватимуть товари фірми в достатній кількості, якщо вона не докладе додаткових зусиль у сфері стимулювання збуту (філософія збуту).

Концепція маркетингу – запорукою досягнення мети фірми є визначення потреб цільових ринків і забезпечення бажаної задоволеності їх більш ефективними й продуктивними, ніж конкуренти, методами (задоволення потреби споживача + прибуток фірми).

Концепція соціально-етичного маркетингу – передбачає, що засобом досягнення мети фірми є визначення незадоволених потреб цільових ринків і забезпечення бажаної задоволеності їх продуктивніше, ніж конкуренти, з одночасним збереженням або зміцненням добробуту споживача та суспільства в цілому (задоволення потреби споживача + прибуток фірми + інтереси суспільства).

Комплексному впровадженню концепції маркетингу українськими підприємствами перешкоджають певні особливості вітчизняного ринку, які й обумовлюють специфічні риси маркетингу: низький рівень платоспроможності та обізнаності вітчизняного споживача; низький рівень вітчизняної виробничої конкуренції, що робить непотрібним

використання концепції маркетингу; сильний тиск розподільницьких структур, що призводить до необґрунтованого підвищення цін; надбання досвіду професійними маркетологами знаходиться в стадії формування; менталітет вітчизняного споживача породжує недовіру до рекламних акцій, стимулювання збуту тощо; неврегульованість законодавчої бази з питань захисту прав споживачів, реклами, недоброякісної конкуренції, реєстрації патентів та винаходів, реєстрації та охорони прав на знаки для товарів та послуг [2].

До найбільш повторюваних помилок під час організації маркетингу на міжнародних ринках відносяться: недостатньо глибоке вивчення зовнішнього середовища країни, на ринок якої виходить підприємство (не враховані потреби якості, рівень конкуренції, особливості законодавства, специфіка системи оподаткування, політична та економічна ситуація); некоректне оцінювання потреби в стартовому капіталі (наприклад, у зв'язку із надто оптимістичними прогнозами обсягів продажів; небажання модифікувати товар, аби він відповідав потребам споживачів різних країн; відсутність рекламних кампаній і менеджменту збуту в зарубіжному комерційному середовищі; недостатня компетенція та відсутність досвіду організації діяльності фірми в умовах зарубіжного маркетингового середовища; використання необґрунтованого способу виведення товару на ринок, тощо [3].

Створення та функціонування системи менеджменту на засадах маркетингу на підприємстві-експортері потребує певних умов, а саме: необхідно мати ресурси та концептуальні навички до стратегічного планування діяльності підприємства на міжнародній арені; ефективну систему аналітичного й інформаційного забезпечення міжнародного стратегічного планування та маркетингової діяльності; кваліфікований персонал, який здатний до перманентного навчання; ефективну систему мотивації персоналу до стратегічних змін та інновацій, які будуть супроводжувати діяльність підприємства, орієнтованого на зовнішній ринок.

Всі управлінські функції на підприємстві розподіляються на маркетингові, які є орієнтованими на ринки збуту, і всі інші функції. Маркетингові функції розподіляються на дві групи – ті, які сконцентровані в службі експортного маркетингу і ті, що виконуються іншими службами. Служба експортного маркетингу забезпечує управління шляхом концентрації в своїх підрозділах управлінських функцій, як мінімум, функцій планування техніко-економічних показників по експорту згідно яких всі інші служби планують свою діяльність та функції контролю виконання цих показників.

Управління експортом на засадах маркетингу вимагає створення команд із управлінців та спеціалістів, які б поєднували в собі таланти і здібності інженерів і торговельних працівників. За умов швидких змін, коли вміння творчо мислити та швидко реагувати на мінливу господарську ситуацію відіграє дедалі вагомішу роль, відповідно потрібен дедалі більш широкий спектр людських здібностей. Змінюється вся концепція організаційної побудови підприємства, що вимагає творчої взаємодії між різними підрозділами і службами для своєчасного реагування на зміни, які відбуваються на внутрішньому та зовнішніх ринках.

### Перелік посилань

1. Бутенко Н.В. Основи маркетингу [Текст]: Навчальний посібник. К.: – Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2006. – 140с.
2. Заривенна, Х.Р. Сучасний маркетинг: розвиток, проблеми і перспективи / Х.Р. Заривенна. [Електр. ресурс]. – Режим доступу: <http://gisap.eu/ru/node/535>
3. Івашків, І. Аналіз основних етапів з прийняття рішень по виходу організації на зовнішні ринки / І. Івашків // Галицький економічний вісник. – 2013. – №4 (43). – с. 222 – 228.

УДК 338.246

Лозинський І.Є., д.е.н., доцент, Іванова К.Ю., магістр гр. МО-14м

(Державний ВНЗ «Національний гірничий університет», м. Дніпропетровськ, Україна)

## ФАКТОРИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Якість – це економічна категорія, яка відбиває сукупність властивостей продукції, що зумовлюють ступінь її придатності задовольняти потреби людини відповідно до свого призначення [1].

Акцентування уваги на якості призводить до зниження продуктивності праці. Думка про те, що якості можна досягти тільки за рахунок збільшення кількості, була поширеною помилкою більшості керівників виробництва. Такий погляд поширився з того часу, коли управління якістю полягало у фізичному огляді кінцевого виробу. У сучасній структурі управління якістю акцент змістився на попередження недоліків на етапах розробки і виготовлення продукції. Зусилля, що були витрачені на підвищення якості і збереження кількості продукції, як правило, сприяють досягненню вищої продуктивності праці [1].

На якість впливає культура праці робочої сили. Керівники підприємств перекладають провину за низьку якість виробів на відсутність розуміння якості і низьку культуру праці працівників. Це справедливо, якщо керівництво забезпечило:

- всебічне навчання операторів устаткування;
- докладними інструкціями щодо роботи всіх працівників;
- засобами для перевірки або оцінювання результатів дій усіх працівників;
- засобами для регулювання обладнання або процесу у випадку, якщо результат виявляється незадовільним.

В умовах ринкових відносин якість забезпечується і гарантується підприємством. А якщо вона не забезпечується і не гарантується – підприємство гине: автоматично забезпечує той же ринок, із збалансованим попитом і пропозицією.

На якість діяльності підприємства впливає багато факторів, які діють і самостійно, і взаємопов'язано як на окремих етапах життєвого циклу продукції, так і на їх сукупності. Ці фактори можна об'єднати в чотири групи: технічні, організаційні, економічні та суб'єктивні.

До технічних факторів належать: конструкція, схема послідовного зв'язку елементів, система резервування, схемні рішення, технологія виготовлення, засоби технічного обслуговування і ремонту, технічний рівень бази проектування, виготовлення, експлуатації та інші.

До організаційних факторів належать: розподіл праці і спеціалізація, форми організації виробничих процесів, ритмічність виробництва, форми і методи контролю, порядок пред'явлення і здачі продукції, форми і способи транспортування, зберігання, експлуатації (споживання), технічного обслуговування, ремонту та інші.

Організаційним факторам, на жаль, ще не приділяється стільки уваги, скільки технічним, тому дуже часто добре спроектовані і виготовлені вироби в результаті поганої організації виробництва, транспортування, експлуатації і ремонту достроково втрачають свою високу якість.

До економічних факторів належать: ціна, собівартість, форми і рівень зарплати, рівень затрат на технічне обслуговування і ремонт, ступінь підвищення продуктивності суспільної праці та інше [2, с. 125-134].

Економічні фактори особливо важливі при переході до ринкової економіки. Їм одночасно властиві контрольні-аналітичні і стимулюючі властивості. До перших відносять такі, що дозволяють виміряти: затрати праці, засобів, матеріалів на досягнення і

забезпечення певного рівня якості виробів. Дія стимулюючих факторів приводить як до підвищення рівня якості, так і до його зниження. Найбільш стимулюючим фактором є ціна і зарплата. Правильно організоване ціноутворення стимулює підвищення якості. При цьому ціна повинна покривати всі витрати підприємства на заходи по підвищенню якості і забезпечувати необхідний рівень рентабельності. В той же час вироби з більш високою ціною повинні бути високої якості.

В забезпеченні якості значну роль відіграє людина з її професійною підготовкою, фізіологічними і емоціональними особливостями, тобто мова йде про суб'єктивні фактори, які по-різному впливають на розглянуті вище фактори. Від професійної підготовки людей, які зайняті проектуванням, виготовленням і експлуатацією виробів, залежить рівень використання технічних факторів. Але якщо в процесі функціонування технічних факторів роль суб'єктивних слабшає, тому що на цій стадії процес проходить з використанням сучасної техніки і технології, яка максимально звільняє технологічний процес від участі людини, то в організаційних факторах суб'єктивний елемент відіграє вже значну роль, особливо коли мова йде про способи і форми експлуатації і формування виробів.

Наскільки важливі суб'єктивні фактори, свідчить поширена серед виробників думка про економічну вигідність підвищення якості. Якість розглядається при цьому як соціально бажана мета, але її вплив на підвищення рентабельності вважається мінімальним. Пояснюється це недостатньою обізнаністю виробників, які допускаються таких помилок.

На рівень якості продукції впливає значна кількість факторів, які діють як самостійно, так і у взаємозв'язку між собою, як на окремих етапах життєвого циклу продукції, так і на кількох (табл. 1).

Таблиця 1

Групи факторів, що впливають на рівень якості продукції [3]

Фактори	Складові факторів
1. Технічні	Конструкція; схемні рішення; технологія виготовлення; засоби технічного обслуговування і ремонту; технічний рівень бази проектування, виготовлення та експлуатації; система резервування тощо.
2. Організаційні (структурні)	Розподіл праці і спеціалізація; форми організації виробничих процесів; ритмічність виробництва; форми і методи контролю; форми і способи транспортування, зберігання, експлуатації (споживання), технічного обслуговування, ремонту та інші.
3. Економічні	Ціна; собівартість; форми і рівень зарплати; рівень затрат на технічне обслуговування і ремонт; ступінь підвищення продуктивності праці та інше.
4. Суб'єктивні (соціальні)	Професійна підготовка робітника; його фізіологічні та емоційні особливості.

Таким чином, характеризуючи економічну сутність якості діяльності підприємства, фактори, що впливають, можемо відзначити доцільність застосування функції контролю на вітчизняних підприємствах з метою збереження досягнутих конкурентних позицій та по можливості розширення ринкових часток внаслідок новітніх покращень в діяльності.

#### Перелік посилань

1. Економіка підприємства: Зб. практич. задач і конкретних ситуацій: Навч. посібник / За ред. С.Ф. Покропивного. – К.: КНЕУ, 2003. – 328 с.
2. Кардаш В.Я. Маркетингова товарна політика: Навч. посіб. – К.: Вид-во КНЕУ, 201. – 185 с.
3. Шаповал М.І. Основи стандартизації, управління якістю і сертифікації. підручник. – К.: Українсько-фінський інститут менеджменту і бізнесу, 2012. – 152 с.

УДК 330.322

Лозинський І.Є., д.е.н., доцент, Демура В.О., магістр гр. МІ-14м

(Державний ВНЗ «Національний гірничий університет», м. Дніпропетровськ, Україна)

## ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

У практиці господарської діяльності одним з найгостріших є питання з прийняття інвестиційних рішень та рішень з фінансування інвестиційної діяльності. Ці дві суміжні площини знаходяться у самому серці теорії інвестиційного менеджменту. Інвестиційне рішення, загалом, є рішенням з придбання активів. Більшість з цих активів є реальними і залучаються до підприємницької діяльності з метою виробництва товарів або надання послуг, які задовольняють потреби споживачів.

Формою реалізації інвестиційної діяльності на підприємстві є інвестиційний проект. Виходячи з принципу цільового призначення певного виду діяльності, інвестиційний проект – системно обмежений і закінчений комплекс заходів, документів і робіт, фінансовим результатом якого є прибуток (дохід), матеріально-речовим – нові або реконструйовані основні фонди (комплекси об'єктів), або ж придбання і використання фінансових інструментів або нематеріальних активів з наступним отриманням доходу [1, с.341].

Слід зазначити, що найважливішими складовими тлумачення проекту є чітка орієнтація на результативність заходів, необхідність їх досягнення у визначений проміжок часу в умовах обмеженості ресурсного забезпечення.

Важливою вимогою системного підходу є формування мети проекту, як бажаного результату діяльності підприємства, що досягається в межах визначеного часового періоду. Кожен проект включає безліч взаємозалежних цілей, що відображають його структуру. Визначення ступеня досягнення цілей може бути здійснене на основі відповідних критеріїв, що дозволяють проводити оцінку альтернативних варіантів. До цілей інвестиційного проекту пред'являється ряд вимог, серед яких можна відзначити наступні: чіткість формулювання, вимірність результату, здійсненність заданих обмежень і вимог.

Формування мети являє собою творчий процес, який ґрунтується на використанні таких методів, як мозковий штурм, творча конфронтація й інші. Опис цілей інвестиційного проекту являє собою його сутність і основу для наступного пророблення [2, с.34].

В залежності від цілей різні сукупності проектів можуть бути: портфель, мультипроект, програма. За різними критеріями проекти можна класифікувати на міжнародні і національні; галузеві і регіональні; складні і прості; економічні, соціальні, політичні; технічні, технологічні, екологічні тощо. Звідси і велика безліч прикладів проектів: розвиток виробничих сил і інфраструктури регіону як умова підвищення добробуту населення; реконструкція (модернізація) підприємства з метою посилення його ринкових позицій; створення нової фірми (організації); розробка нової техніки і технології; створення програм науково-дослідних робіт; формування портфеля інвестиційних пропозицій, орієнтованих на розвиток регіону, окремих галузей, підприємств; створення медіа-проекту з метою пропагування історичних подій, об'єднання суспільства національною ідеєю, "розкрути" творчих груп, талановитих виконавців тощо.

Класифікація інвестиційних проектів за видами наведена у табл. 1.

Слід зазначити, що діяльність в галузі інвестиційного проектування повинна бути особливо організована. Загальний процес упорядкування інвестиційної діяльності

підприємства щодо конкретного проекту формується у вигляді так званого проектного циклу, який складається з окремих фаз, стадій та етапів. Змінюючи один одного у часі, вони характерні для будь-якого проекту незалежно від його виду, складності та обсягу робіт. Ця послідовність процесів дістала назву "життєвий цикл проекту".

Таблиця 1

## Класифікація інвестиційних проектів за видами [1, с.93]

Критерії	Вид проекту
Об'єкт інвестування	Фінансовий Реальний (виробничий) Інтелектуальний
Напрямки використання	Споживчий Паперовий (фіктивний) Підприємницький
Напрямки інвестування (форми)	Прямий (у виробничі фонди) Портфельний Венчурний (інноваційний) Мегаполісний Галузевий та регіональний Міжнародний
Розмір інвестування	Великий Середній Малий
Мотивація	Вимушений Що забезпечує позиції на ринку З метою зменшення витрат, та збільшення доходу З метою отримання надприбутку
Рівень ризику	Безризиковий Мінімальний ризик Середній ризик Високоризикований Авантюрний
Рівень технологічної готовності	Початковий Попередній Готовий до будівництва або експлуатації Потребуючий розширення виробництва, реконструкції, технічного переоснащення

Найчастіше проектний цикл поділяють на такі фази: передінвестиційну, інвестиційну та експлуатаційну, котрі у свою чергу поділяються на стадії. Даний підхід активно застосовується у практиці проектного аналізу. Передінвестиційна фаза включає наступні етапи: формулювання; розробка та експертиза; детальне проектування. Інвестиційна фаза охоплює роботи, які можна об'єднати у такі стадії: підготовка і проведення тендерів; інженерно-технічне проектування; будівництво; виробничий маркетинг; навчання персоналу. Основними стадіями експлуатаційної фази є здача в експлуатацію, виробнича експлуатація, заміна та оновлення, заключна оцінка проекту.

**Перелік посилань**

1. Майорова Т.В. Інвестиційна діяльність. Навчальний посібник. – К.: ЦУЛ, 2009. – 472 с.
2. Жданов В.П. Организация и финансирование инвестиций. – Калининград: Янтарный сказ, 2000. – 186 с.



УДК 332.01

Лозинський І.Є., д.е.н., доцент, Демяненко К.Ю., магістр гр. М-МО-14

(Державний ВНЗ «Національний гірничий університет», м. Дніпропетровськ, Україна)

**ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ЛОГІСТИЧНОЇ СИСТЕМИ ПІДПРИЄМСТВА**

Логістична система – комплекс процесів і явищ, як інститут, спосіб дослідження, або ж як компроміс між двома першими підходами [1]. Загалом під логістичною системою розуміють складну структуровану економічну систему, яка складається з елементів (підсистем), взаємозв'язаних у процесі управління рухом матеріальних, інформаційних, фінансових потоків, має високі адаптивні властивості та зв'язок з зовнішнім середовищем [2]. На рис. 1 представлено узагальнення основних характеристик логістичної системи у розрізі її мети, функцій, властивостей.



Рисунок 1 – Характеристики логістичних систем

Основою формування логістичної системи виступає так званий логістичний потік, під яким загалом розуміють упорядковану та структуровану сукупність об'єктів, які об'єднані в єдине ціле за спільними ознаками, спрямовані, інформаційно наповнені, мають певне призначення та можуть бути кількісно та якісно вимірюваними [3]. З позицій логістики основна увага зосереджена на ключових видах потоків: матеріальних, супутніх їм інформаційних й фінансових, деякі вчені також виділяють потоки трудових ресурсів, енергетичні, сервісні потоки та інші.

Відповідно формування логістичної системи підприємства повинно здійснюватися з врахуванням як логістичних потоків, що функціонують на підприємстві, так і особливості взаємодії підприємства із суб'єктами зовнішнього середовища. В основу реалізації логістичної системи повинен бути покладений модульний принцип побудови, який дозволяє поступово їх інтегрувати в підприємство.

Тобто логістичний ланцюг підприємства складається з наступних основних елементів: постачальники – підприємство (закупівля – виробництво – розподіл) – споживачі. Відповідно підприємство-виробник для забезпечення належним умов функціонування повинно формувати сукупність логістичних систем, які залежно від сфери дії можна у загальному вигляді поділити на виробничу, закупівельну, складську,

транспортну, збутову [1].

При цьому, дані логістичні системи є інтегрованими та функціонують у комплексі, відповідно пошук шляхів вдосконалення управління логістичними системами повинен враховувати цю їх особливість.

Модель формування логістичної системи підприємства, що здійснює діяльність на сучасних ринках, варто розглядати у розрізі двох стадій – стадії формування та стадії реалізації. Стадія формування охоплює ряд етапів: аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства, формування загальних контурів логістичної системи, формування вимог до логістичної системи; ідентифікація основних видів інформації; ідентифікація об'єктів управління, розробка концепції логістичної системи для обраних об'єктів управління. Стадія реалізації логістичної системи включає ряд етапів, які забезпечують умови для належної інтеграції логістичного підходу у всі сфери діяльності підприємства.

Складність глобальних логістичних систем, необхідність гнучкого реагування на постійно змінні запити клієнтів, прагнення здійснити логістичний сервіс на найвищому рівні приводять до необхідності інтеграції фірмового менеджменту з численними логістичними посередниками, яких прийнято називати «третьою стороною». Суть даного підходу полягає в тому, що діяльність по логістиці і розповсюдженню товару довіряється третім фірмам. До третьої сторони відносять компанії по наданню логістичних рішень, а також перевізників підтримуючих даний бізнес.

Функціонування глобальних логістичних систем неможливе без відповідної інфраструктури, до якої, перш за все, відносяться міжнародні транспортні коридори. Під міжнародними транспортними коридорами розуміється частина національної або міжнародної транспортної системи, яка забезпечує значні міжнародні вантажні і пасажирські перевезення між окремими географічними районами, включає пересувний склад і стаціонарні пристрої всіх видів транспорту, що працюють на даному напрямі, а також сукупність технологічних, організаційних і правових умов здійснення перевезень. Організація міжнародних транспортно-логістичних комплексів ставить собі за мету уніфікацію національних законодавств, гармонізацію транспортної інфраструктури, що має єдині технічні параметри і забезпечує застосування єдиної технології перевезень як основи створення глобальної логістичної системи і інтеграції національних транспортних систем в світову транспортну систему.

Сьогодні світовий ринок логістичних послуг проходить через процес фундаментальних змін, що роблять кардинальний вплив на роль і масштаби діяльності його учасників, і структуру їхніх взаємин. Основними рушійними силами на ринку логістики є:

- глобалізація діяльності підприємств-виробників;
- концентрація підприємств-виробників на ключових компетенціях і аутсорсинг непрофільних напрямків;
- прагнення до скорочення розміру логістичного ланцюжка та оптимізації витрат на його ділянках;
- скорочення життєвого циклу продукції, зростання ролі інновацій, прискорення розвитку інтернет-бізнесу.

#### Перелік посилань

1. Логистика : ученик / Под ред. Б.А. Аникина. – М. : ИНФРА-М, 2000. – 326 с.
2. Селезньова Н.О. Використання логістичної концепції при управлінні рухом матеріального потоку підприємства [Електронний ресурс] / Н. О. Селезньова // Маркетинг і менеджмент інновацій. – Режим доступу : nbuv.gov.ua.
3. Кузьміна О. В. Теоретичний аналіз основних понять логістики / О.В. Кузьміна // Вісник Донецького університету економіки та права. – 2012. – № 1. – С. 182–189.

УДК 330.341

Лозинський І.Є., д.е.н., доцент, Кащенко Г.В., магістр гр. МІ-14м

(Державний ВНЗ «Національний гірничий університет», м. Дніпропетровськ, Україна)

## ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

Необхідність організації інноваційної підприємницької діяльності обумовлена: потребами підвищення техніко-технологічного рівня виробництва; збільшенням затрат і погіршенням економічних показників підприємств; швидким моральним старінням техніки і технологій; визначною роллю науки і підвищення ефективності розробки і впровадження нової техніки; важливістю і економічною доцільністю посилення інтенсивних факторів розвитку виробництва, на основі використання досягнень науково-технічного прогресу у всіх сферах економічної діяльності; потребами істотного скорочення строків створення і освоєння нової техніки; важливістю розвитку масової творчості винахідників і раціоналізаторів та використання їх пропозицій.

Усю сукупність процесів, що відбуваються на підприємстві, можна умовно поділити на дві групи (рис. 1):

- традиційні процеси функціонування підприємства, що забезпечують випуск поточної продукції;
- процеси розвитку за рахунок створення і впровадження інновацій.

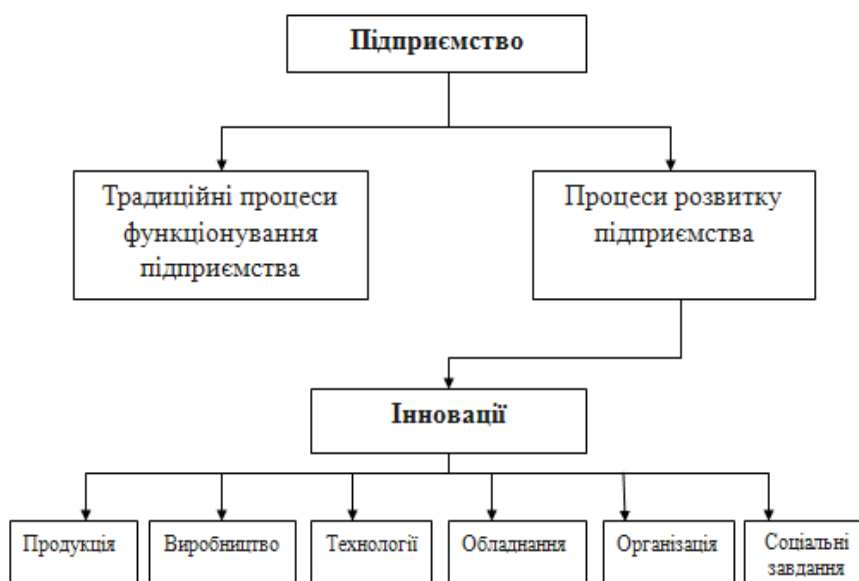


Рисунок 1 – Процеси функціонування підприємства [1]

Традиційні процеси характеризують звичайне функціонування підприємства, а інноваційний розвиток – це створення нової продукції, впровадження нових технологій, техніки, організаційних форм та методів господарювання на основі інноваційної діяльності.

У загальному розумінні інноваційним називають процес, який має місце у виробничо-господарських, науково-дослідницьких, дослідно-конструкторських та інших системах і є сукупністю прогресивних, якісно нових змін, що періодично здійснюються у просторі й часі, результатом котрих є новація.

Запровадження результатів інноваційних процесів у виробничо-господарську практику визначається як нововведення (або інновація).

Новацію слід розглядати як оформлений результат фундаментальних чи прикладних досліджень і розроблень у будь-якій сфері діяльності, що підвищує її ефективність у вигляді: відкриття; винаходу; патенту; товарного знаку; раціоналізаторської пропозиції; нового або модернізованого продукту (послуги),

технології, виробничого процесу; виробничої, організаційної або іншої структури; ноу-хау; нових наукових підходів чи принципів; нових документів (стандартів, рекомендацій, методик, інструкцій); результатів маркетингових досліджень.

Новації можуть бути власного виробництва чи закупленими, призначеними для накопичення, продажу або впровадження на власному підприємстві шляхом перетворення новації в інновацію.

Тобто інноваційний процес і організація інноваційної діяльності включають два послідовно виконуваних етапи [1]:

- розроблення новації та її отримання як оформленого результату фундаментальних і прикладних досліджень, проектно-конструкторських робіт, організаційно-технологічної підготовки й освоєння виробництва;

- запровадження новації в господарську (виробничу) діяльність для отримання від її використання результатів інноваційної діяльності (тобто перетворення новації в інновацію).

Інноваційні процеси започатковуються відповідними галузями науки, а завершуються у сфері виробництва (і реалізації послуг тощо), які сприяють прогресивним його змінам та потребують певних витрат ресурсів у вигляді інвестицій.

Існує декілька принципів класифікації інновації й інноваційних процесів (рис. 2).

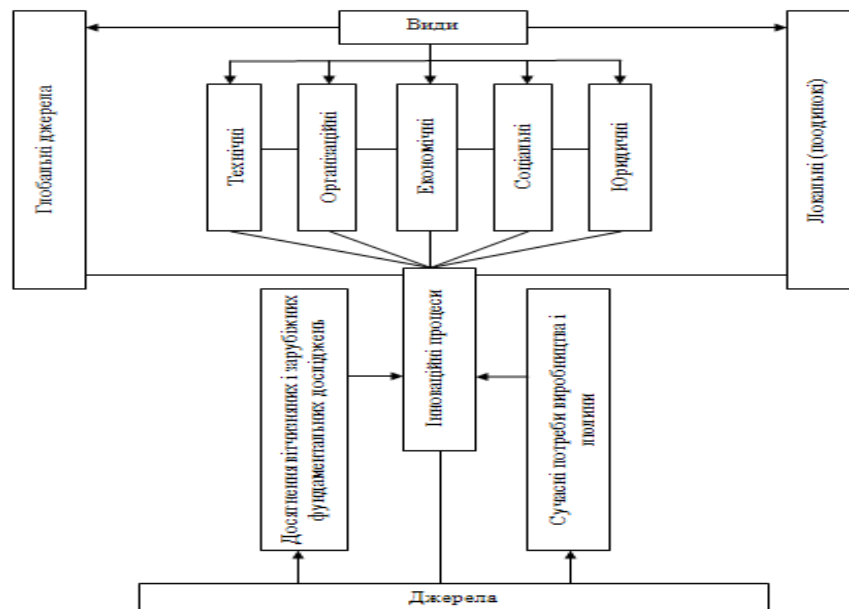


Рисунок 2 – Джерела, класифікація і взаємозв'язок інноваційних процесів (новин, нововведень)

За масштабністю і силою впливу всі види новинок та нововведень поділяються на дві групи: локальні (поодинокі, окремі); глобальні (великомасштабні).

Між окремими видами інноваційних процесів існує відносно тісний взаємозв'язок. Так, технічні інновації зумовлюють певні організаційні нововведення, а останні потребують, як правило, певних змін в економічному механізмі діяльності підприємств. Зокрема, створення і розвиток виробництв вимірювальних приладів на промислових підприємствах спричиняють зміни в організації технічної підготовки виробництва, методах його поточного планування та оперативного управління (регулювання) [1].

#### Перелік посилань

1. Андрійчук В.Г. Ефективність діяльності аграрних підприємств: теорія, методика, аналіз: [монографія] / В.Г. Андрійчук. – К.: КНЕУ, 2005. – 292 с.

УДК 658.8

Лозинський І.Є., д.е.н., доцент, П'ятигорська Г.Р., магістр гр. М-МО-14  
(Державний ВНЗ «Національний гірничий університет», м. Дніпропетровськ, Україна)

## ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Завершальною стадією виробничо-комерційної діяльності будь-якого підприємства є збут виготовленої продукції. Поняття «збут» можна розглядати в широкому й вузькому значенні. Збут у широкому розумінні являє собою процес організації транспортування, складування, запасів, доробки, просування до торговельних мереж, упакування й реалізації товарів з метою задоволення потреб покупців і отримання на цій основі прибутку. Збут у вузькому значенні (продаж, реалізація) – процес безпосереднього спілкування продавця й покупця, спрямований на отримання прибутку і потребуючий знань, навичок і певного рівня торгової компетенції. Система збуту повинна бути адаптивною та гнучкою, коригуватися відповідно до потреб споживачів та вимог ринку.

Збут забезпечує торгівельну орієнтацію підприємств і виконує одну з наважливіших функцій – функцію зворотного зв'язку. Виходячи з цього пошук засобів і механізмів оптимізації, раціоналізації та удосконалення збутової діяльності, яка забезпечуватиме більш повний збут вироблених товарів з максимально повним задоволенням потреб споживачів є важливою актуальною проблемою. Збут — це вміння звернути увагу покупців до продукції і стимулювати розширені продажі кінцевим споживачам.

Для промислового підприємства важливими факторами, які обумовлюють значущість збутової діяльності, є:

- переміщення ключових управлінських рішень у збутові ланки;
- підвищення значення маркетингових методів конкуренції у боротьбі за покупця;
- раціоналізація збутових процесів (висока якість обслуговування, активне застосування прогресивних методів збуту, заходів мерчандайзингу, оптимальне сполучення методів збуту).

У сучасних умовах ефективно управління збутовою діяльністю здатне забезпечити не лише певний рівень прибутку, але й виживання підприємства на ринку в умовах підвищеного динамізму маркетингового середовища. Для маркетингової політики підприємства у сфері збуту остаточно визначається результат усіх зусиль підприємства, а також саме під час збуту найбільш ефективно відображаються смаки та переваги споживачів. Особливе значення у ході формування збутової політики підприємства має вибір методів взаємодії з покупцями та їх удосконалення. Для виживання в ринкових умовах вітчизняні товаровиробники повинні виробляти те, що продається, а не продавати те, що вони виробляють. Головна мета збуту – реалізація економічного інтересу виробника на основі задоволення платоспроможного попиту споживачів. Хоча збут – завершальна стадія господарської діяльності товаровиробника, в ринкових умовах планування збуту передують виробничій стадії і полягає у вивченні кон'юнктури ринку та можливостей підприємства виробляти перспективну продукцію, що користується попитом, а також у складанні планів продажів, на основі яких повинні формуватися плани постачання і виробництва. Грамотно побудована система організації та контролю збуту здатна забезпечити конкурентоспроможність компанії [1].

Управління збутовою діяльністю є складним і багатограним процесом і вимагає постійного аналізу й удосконалювання. Поступове збільшення обсягів реалізації товарів вітчизняних виробників зумовлює необхідність формування новітніх дієвих технологій у системах управління збутовою діяльністю. Тому пріоритетним завданням промислових підприємств є створення ефективної системи управління збутовою діяльністю, яка б враховувала інтереси виробників. Вона повинна включати вирішення низки теоретичних і методико-прикладних завдань, пов'язаних з економічним оцінюванням збутової діяльності, проведенням системних досліджень кон'юнктури ринку, створенням кваліфікованого відділу маркетингу та логістики, плануванням стратегії розвитку збутової

діяльності, формуванням аналітичного й інформаційного забезпечення. Управління збутовою діяльністю на підприємстві повинно реалізовуватися через застосування таких функцій:

1. Планування (підбір, класифікація та підготовка до використання інформації щодо розроблення стратегії збуту; оцінювання та аналізування факторів внутрішнього і зовнішнього середовищ; визначення стратегії розвитку збутової діяльності).

2. Організування (створення організаційної структури управління збутом на підприємстві; створення внутрішньофірмових і посередницьких систем розподілу продукції).

3. Мотивування (стимулювання учасників системи розподілу продукції: знижки, винагороди, преміювання, навчання персоналу).

4. Контролювання та регулювання (встановлення системи показників для оцінювання результатів дієвості збутової системи) [2].

Збутова діяльність ґрунтується на досягненні умов отримання максимального прибутку та швидкої реалізації виготовлених товарів, що вимагає загальних методичних основ у процесі організації збутової діяльності. Тому, надто важливим є планування збутової діяльності, де на основі планових показників виробництва визначаються обсяги потреб в ресурсах і їх основні постачальники. При недостатності тих чи інших ресурсів необхідно узгодити план виробництва і збуту продукції з урахуванням фінансово-економічних і матеріально-технічних пріоритетів. Розробка плану збуту передбачає розробку програми руху потоків виробів по всьому розподільчому ланцюгу: від виробничих підрозділів підприємства до торгових центрів кінцевого продажу чи навіть до окремих споживачів продукції. Ця стадія пов'язана з плануванням потреби у складських приміщеннях і транспортних засобах.

Планування збутової діяльності підприємств складається з таких етапів:

- аналіз вхідної інформації, що може вплинути на збут і збутову діяльність підприємств;

- постановка цілей збутової діяльності та обрання способів їх досягнення;

- планування кількості каналів розподілу, товароруку, обслуговування;

- планування якості і результатів роботи цих каналів та остаточне формування стратегічних планів збутової діяльності підприємств [3].

Для покращення роботи системи збуту на підприємстві актуальним і доцільним є:

- удосконалення підсистеми планування збуту з більш чіткою орієнтацією на стратегію підприємства,

- здійснення прогнозування обсягів продажів товарів на основі сучасних методів та моделей;

- здійснення планування збутової діяльності з найбільш повним урахуванням тенденцій розвитку зовнішнього середовища;

- досягнення максимальної відповідності виробничої програми плану збуту продукції;

- своєчасне та гнучке коректування планів збуту відповідно до змін смаків, потреб споживачів;

- підвищення кваліфікації персоналу служби збуту, вживання заходів з підвищення ефективності роботи працівників, що забезпечують управління збутовою діяльністю на підприємстві.

Отже, удосконалення управління збутовою діяльністю підвищить ефективність роботи підприємства та сприятиме отриманню максимального прибутку.

#### Перелік посилань

1. Баканов І.В. Роль збутової діяльності для промислового підприємства [Текст] / І.В.Баканов // Управління розвитком. - 2014. - №13 (176) – С.16-17.

2. Шпилик С. Управління збутовою діяльністю підприємства [Текст] / С.Шпилик // Галицький економічний вісник. – 2012. – №4(37). – С.88-95.

3. Бойко О.В. Маркетингове стратегічне планування збутової діяльності підприємства [Текст] / О.В.Бойко О.В., Г.О.Криштапюк // Збірник наукових праць. Луцький національний технічний університет. - 2013.– Випуск 10 (38). – С.19-24.

УДК 331.101.3

**Саннікова С.Ф., к.т.н., доцент кафедри менеджменту виробничої сфери,  
Нізамеддінов А.М., студент гр. Б-МН-12-1**  
(Державний ВНЗ «Національний гірничий університет», м.Дніпропетровськ, Україна)

### **КОМПЛЕКСНЕ ВИКОРИСТАННЯ МЕТОДІВ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ**

Мотивація ефективної праці персоналу займає одне з ключових місць у системі внутрішньофірмового управління. Вона доповнює адміністративне управління, що полягає в розробці і виконанні планових завдань, посадових і інших інструкцій, методичних положень і вказівок, наказів, розпоряджень і т.д, і являє собою непряме, опосередковане управління через інтереси робітників з використанням специфічних форм і методів забезпечення їх матеріальної і моральної зацікавленості щодо праці, у досягненні високих її результатів. Дослідженням проблем мотивації персоналу займалися такі вітчизняні та зарубіжні вчені, як: Дж. Адамс, К. Альдерфер, Д. Аткинсон, С. Бандур, Д. Богиня, О. Богуцький, В. Боднар, В. Врум, Г. Гант, Ф. Герцберг, Ф. Гілберт, В. Данюк, Г. Дмитренко, С. Занюк, А. Колот, Д. Мак-Клеланд, А. Маслоу, В. Мікловда, О. Мороз, К. Наумік, Л. Нікіфорова, В. Петю, Л. Портер, Е. Лоулер, С. Сардак, М. Семікіна, В. Соколенко, М. Туган-Барановський, О. Хандій, А. Шопенгауер, А. Уманський та інші.

Мотивація - це процес спонукання співробітників до активної діяльності для задоволення своїх потреб і для досягнення цілей організації. При управлінні мотивацією на підприємствах необхідно враховувати, що люди з більшим ступенем мотивації працюють продуктивніше не залежно від рівня їх здібностей чи навичок. Мотиваційний механізм більшість авторів визначають як комплекс організаційно-економічних, матеріально-технічних та соціально-психологічних інструментів і методів спонукання до ефективної праці для забезпечення досягнення мети мотиваційної політики. Мотиваційний механізм повинен будуватися з урахуванням особливостей персоналу, які включають потреби, інтереси, установки і ціннісні орієнтації працівників та враховувати існуючу структуру управління персоналом, чинники, що впливають на установу всередині і ззовні, а також традиції, що склалися та історичний досвід роботи. Важливим є те, що способи забезпечення ефективного впливу на мотивацію трудової діяльності людини не є сталими. До того ж один і той самий чинник, що на сьогодні мотивує конкретну людину до ефективного виконання своїх обов'язків і продуктивної діяльності, вже завтра може сприяти зниженню цих мотиваційних настанов.

Основними методами мотивації працівників є матеріальні та нематеріальні. Матеріальна мотивація спрямована переважно на задоволення фізіологічних потреб. До неї відносять заробітну плату, премії, бонуси та надбавки. Проте гроші – це не єдиний і часто не найефективніший спосіб мотивації працівників. Вважається, що нематеріальна винагорода часом може вплинути помітно та ефективно. Нематеріальна мотивація спрямована на задоволення психологічних та соціальних потреб людини. Ефективно дана мотивація впливатиме лише на тих людей, які вже задовольнили свої базові потреби і впевнені в тому, що зможуть їх забезпечувати, та наступним етапом для них є самореалізація. Універсальними методами нематеріальної мотивації, які підійдуть як для великих підприємств, так і для середнього бізнесу, є: покращення робочого місця; позитивне ставлення керівництва до підлеглих; підвищення по службі; гнучкий графік; участь в управлінні, безкоштовне навчання; зворотній зв'язок. Система мотивації не буде достатньо ефективною, якщо вона базуватиметься лише на фінансових стимулах і не включатиме нематеріальні складові. Не варто недооцінювати значення сили та можливості мотивації праці, оскільки правильно підібраний комплекс мотиваторів та

демотиваторів є запорукою позитивного впливу на результативність і якість праці персоналу підприємства [1].

Порівняльний аналіз загальної моделі механізму мотивації персоналу українського підприємства з мотиваційними механізмами персоналу підприємств країн розвинутої ринкової економіки виявив, що на українських підприємствах мотиваційний механізм, по суті, обмежується економічним впливом на суб'єкти господарювання і учасників трудового процесу, а методи нематеріального стимулювання праці є лише додатковими інструментами. Також, недостатньо задіяні в системі мотивування персоналу українських підприємств методи участі у прибутках, опціони на купівлю акцій, винагороди за ефективну діяльність, індивідуальні заохочення тощо, які широко розповсюджені у розвинутих країнах світу. Тому, для здійснення ефективного управління підприємством в умовах динамічних змін зовнішнього середовища необхідна побудова та застосування ефективного механізму матеріального і нематеріального стимулювання персоналу підприємства із використанням накопиченого світовою практикою досвіду. Основою для цього є необхідність переходу системи управління підприємством від жорсткої ієрархії до гетерархії (взаємодії), що збільшує мотивацію кожного працівника, сприяє підвищенню трудової активності персоналу і зацікавленості в професійному зростанні, розвитку ініціативності в роботі на основі творчого підходу, що покращує кінцеві результати роботи підприємства та дозволяє зміцнити позиції підприємства в конкурентній боротьбі [2].

Ефективна реалізація функції мотивації потребує усвідомлення того, що спонукає працівника до праці та розуміння того, як направити ці спонукання в русло досягнення цілей організації. Завдяки проведенню оцінки рівня мотивації праці в аспекті розвитку функції мотивації, керівник підприємства повинен враховувати певні умови при прийнятті виваженого мотиваційного рішення. Керівник повинен знати, які чинники мотивації найбільш впливові на сучасному етапі розвитку суспільства і ринкових відносин. Необхідно чітко уявляти стан об'єкта мотивації і зовнішнього середовища як елемента системи факторів формування мотиваційної направленості. Керівнику необхідно вміти проводити моніторинг мотивації для своєчасного реагування на зміни у ринковій ситуації, зміни у структурі мотивів працівників, враховуючи соціально-економічний стан суспільства, політику держави, мету і завдання підприємства. Конче потрібно добре розбиратися у тенденціях розвитку мотиваційної направленості працівників.

Для успішного використання системи мотивації працівників необхідно володіти різними методами мотивації праці і застосовувати їх в комплексі, потрібно вміти координувати методи мотивації праці із цілями підприємства та вчасно змінювати набір методів мотивації у випадках зниження ефективності раніше використовуваних та у разі необхідності посилення діючих у зв'язку з потребами організації.

Таким чином, комплексне використання методів мотивації, динамізм і гнучкість у їх застосуванні - це запорука збереження, розвитку та ефективного використання персоналу підприємства.

### Перелік посилань

1. Скриль В.В. Ефективне використання мотиваційного механізму в системі управління персоналом на підприємстві [Текст] / В.В. Скриль В.В., Т.О. Галайда // Економічний форум. – 2015. – №1. – С. 294-300.
2. Нікітін Ю.О. Сучасні моделі та механізми мотивації персоналу українських підприємств [Текст] /Ю.О. Нікітін, В.Г. Рукас-Пасічнюк // Актуальні проблеми економіки. – 2014. – № 4(154). – С.238-246.



УДК 338.24.01

**Саннікова С.Ф., к.т.н., доцент кафедри менеджменту виробничої сфери,  
Пасічник В.В., студентка гр. Б-МН-12-1**  
(Державний ВНЗ «Національний гірничий університет», м.Дніпропетровськ, Україна)

### **ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ**

Детальне та глибоке вивчення проблем управління підприємством тісно пов'язано з оцінкою його ефективності. Дослідження теоретичних та практичних аспектів управління підприємствами здійснювали вітчизняні та зарубіжні економісти: О. Альгін, І. Балабанов, Т. Бачкаї, І. Бланк, А. Буянов, Г. Великоіваненко, П. Верченко, В. Вітлінський, Ю. Гермейер, В. Гранатуров, О. Дубова, І. Івченко, Ю. Єрмолаєв, А. Камінський, К. Кірсанов, М. Клапків, Т. Клебанова, Г. Клейнер, В. Ковальов, Б. Койлі, Н. Машина, Д. Месен, Д. Мико, В. Михалевич, Л. Михайлов, М. Моїсєєв, О. Мороз, Ф. Найт, Т. Райс, О. Устенко, Е. Уткін, В. Хобта, В. Христіановський, В. Черкасов, Д. Штефанич, О. Ястремський.

Тихомирова А.В. виділила сім підходів до оцінювання ефективності управління:

- на основі оцінки ефективності виробництва;
- на основі кінцевих результатів діяльності підприємства порівняно з витратами на управління;
- як результативність діяльності конкретної системи управління;
- на основі оцінки ступеня досягнення цілей управління;
- на основі оцінки ефективності управлінських рішень;
- на основі оцінки ефективності управлінської праці;
- за оцінкою ефективності вдосконалення управління виробництвом [1].

З.П. Румянцева пропонує три моделі оцінки. За першою базовою моделлю пропонується зважати на показники, що характеризують отримані результати діяльності. У другій моделі акцентується увага на внутрішніх процесах, головним з яких є ефективне використання людських ресурсів. У системах відкритого типу (третя і четверта моделі) оцінка ефективності управління організації проводиться з урахуванням взаємозв'язків елементів, підсистем і всієї системи управління підприємством у цілому, а також із зовнішнім середовищем – це системний підхід.

Аналіз поданих підходів до оцінювання ефективності управління підприємством показує, що в теорії і практиці зустрічається як їх часткове використання, так і поєднання різних підходів. Беручи до уваги визначення управління підприємством з точки зору системного підходу, усі зазначені раніше підходи до оцінювання ефективності управління підприємством автори [2] поєднують у три загальні підходи:

- селективний підхід, за яким пропонується оцінювати ефективність управління підприємством з точки зору одного елемента системи управління; він поєднує підходи до оцінювання ефективності управління підприємством, які ґрунтуються на оцінці ефективності виробництва, економічної ефективності, ефективності витрат на управління та ефективності управлінської праці;
- комплексний підхід, коли оцінка здійснюється за комплексом окремих елементів системи управління. Він включає підходи, що ґрунтуються на оцінці за кінцевими результатами роботи та ефективним використанням трудових ресурсів, оцінці за ефективністю системних ресурсів, за загальними показниками результативності діяльності конкретної системи управління та на основі збалансування інтересів груп зовнішнього та внутрішнього середовищ;
- фрагментарний підхід, де оцінка проводиться за різними аспектами або компонентами управління, які не є елементами системи управління. Він об'єднує підходи,

які базуються на ефективності управлінських рішень, ефективності вдосконалення управління та на основі виміру вартості бізнесу.

Автор [3] вважає, що одним з найбільш розповсюджених підходів до оцінки ефективності управління є цільовий підхід, згідно якого ефективність визначається як ступінь досягнення поставлених цілей. Наступним виділиться еталонний підхід, основним критерієм ефективності якого є ступінь відповідності результатів, отриманих підприємством, встановленому еталону. Згідно вартісно-орієнтованого підходу ефективність управління підприємством передбачає підвищення його вартості. Способами оцінки такого підходу є дохідний, витратний та порівняльний. Дохідний спосіб оцінки ефективності управління підприємством заснований на обчисленні майбутніх доходів та визначенні їх поточної вартості. Основною відмінною рисою витратного способу є оцінка об'єкту за його складовими елементами (оцінка вартості технічного, інформаційного забезпечення управління, кадрів та ін.) Порівняння оцінюваного об'єкта з аналогами, ринкова ціна яких відома, головна особливість порівняльного способу оцінки управління підприємством. Складність використання порівняльного способу часто викликана відсутністю аналогів. Основні проблеми, які можуть виникнути у підприємства при використанні вартісно-орієнтованого підходу, полягатимуть у визначенні пріоритетних напрямків, розвиток яких в першу чергу дозволить підвищити ринкову вартість всього підприємства. Для оцінки ефективності управління може бути використаний операційний підхід, заснований на оцінці управлінської праці, критерієм ефективності згідно якого є ступінь результативності управлінської праці, управлінських рішень. Ще одним є підхід, що враховує баланс інтересів, згідно якого ефективність визначається як ступінь задоволеності процесом його учасників. Системний підхід базується на використанні інтегральних показників оцінки ефективності, при цьому критерієм ефективності виступає рівень результативності підприємства. Згідно системного підходу управління та його ефективність розглядається не на одному, а на трьох рівнях: як органічна частина більш високої системи; як самостійна цілісна система; як зосередження компонентів, що входять в цю систему, з притаманними їм специфічними властивостями.

Кожен методичний підхід має свої недоліки і переваги. Ряд економістів вважають, що найбільш доцільно застосовувати системний підхід до оцінки ефективності управління підприємством, адже саме цей підхід дозволяє врахувати різні аспекти управління підприємствами. На нашу думку, слід звернути увагу на вартісно-орієнтовний підхід, який в умовах, коли вартість бізнесу характеризує його цінність та опосередковано його результативність, саме у вартісному виразі найбільш адекватно відображає ефективність управління організацією і дозволяє порівнювати між собою потенціали управління різних компаній. При цьому найбільш доцільним ми вважаємо за можливості використання доходного, витратного і порівняльного способів оцінки з подальшим розрахунком середньої величини вартості.

### Перелік посилань

1. Тихомирова А. В. Оценка эффективности управления производством / А. В. Тихомирова. – М.: Экономика, 1984. – 104 с.
2. Верхоглядова Н. І. Концептуальні підходи до оцінювання ефективності управління підприємством [Текст] / Н. І. Верхоглядова, О. Ю. Щеглова, Ю. В. Лисенко // Інноваційна економіка. – 2013. – № 3. – С. 82-85.
3. Іваницька Т. Є. Методичний підхід до оцінки ефективності управління будівельним підприємством на основі логістичних критеріїв [Електронний ресурс] / Т.Є. Іваницька // Економіка. Управління. Інновації. 2013. - Випуск № 2 (10) – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/eui\\_2013\\_2\\_30.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/eui_2013_2_30.pdf)

УДК 658

**Саннікова С.Ф.**, к.т.н., доцент кафедри менеджменту виробничої сфери,  
**Щербина О.О.**, студент гр. М-МО-14  
(Державний ВНЗ «Національний гірничий університет», м.Дніпропетровськ, Україна)

## **СИНЕРГЕТИЧНИЙ ЕФЕКТ В УПРАВЛІННІ ВИРОБНИЧОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА**

У умовах формування ринкових відносин в Україні важливе значення набуває здатність підприємства пристосуватися до нових умов господарювання. Це висуває на перший план рішення завдань по забезпеченню організаційно-економічної стійкості і конкурентоздатності підприємства в умовах мінливого зовнішнього середовища. На даний час на багатьох підприємствах спостерігається неефективне використання виробничого потенціалу, що свідчить про низьку ефективність виробництва. Тому підвищення ефективності управління виробничою діяльністю на підприємствах України – це одна з найактуальніших і найважливіших задач як держави, так і самих підприємств.

Підприємство як складна техніко-технологічна й соціально-економічна система, націлена на реалізацію підприємницького інтересу за допомогою задоволення суспільних потреб, зможе ефективно функціонувати та виконувати свою місію в довгостроковій перспективі, якщо діяльність усіх його підрозділів, виділених відповідно до принципів горизонтального й вертикального поділу праці, і окремих виконавців буде раціонально організована, оптимально скоординована, адекватно контрольована, тобто керована.

Управління підприємством є одним з напрямів його звичайної діяльності і при цьому необхідною та обов'язковою умовою, що забезпечує цілісність, синергічність і протиентропійність підприємства як виробничої системи. Будучи самостійним видом діяльності, що реалізується в межах звичайної діяльності виробничого підприємства, управління “накладається”, “пронизує” решту напрямів його діяльності, забезпечуючи тим самим як можливість їхнього безпосереднього здійснення, так і сумісну узгодженість у реалізації загальної мети діяльності підприємства. Ключова роль управління полягає в мобілізації ресурсів підприємства на здійснення видів діяльності й відповідних процесів, а також у підтримці балансу між ними. Зміст управлінської діяльності полягає у виділенні, опрацюванні й реалізації загальних і конкретних функцій, що спираються на відповідні раціональні принципи управління підприємством, які враховують сучасні наукові напрацювання, управлінську практику та галузеву специфіку підприємств [1].

На основі проведених досліджень вчених-економістів визначено, що розробка цілісної системи управління виробничою діяльністю передбачає врахування принципів, методів і функцій управління виробничою діяльністю підприємства.

Координація управління здійснюється за допомогою методів. Основними методами управління є економічні, соціально-психологічні й організаційно-розпорядливі.

До основних функцій управління виробництвом відносять планування, організації, нормування, координування, мотивування, контролювання, регулювання.

Основними принципами управління виробничою діяльністю промислового підприємства, що забезпечують конкурентоспроможність підприємства й досягнення ним високого рівня розвитку, є оптимальність, комплексність, об'єктивність, гнучкість, оперативність, адаптивність, організаційне новаторство.

Оптимальність припускає вибір найкращого варіанта розв'язання завдання управління виробничою діяльністю промислового підприємства.

Комплексність передбачає системність і взаємозв'язок процесів планування, організації, мотивації, обліку, аналізу та контролю при реалізації виробничої діяльності на основі механізмів управління виробничим потенціалом промислового підприємства.

Об'єктивність – обумовлює необхідність установлення причин появи проблем в управлінні виробничою діяльністю промислового підприємства та використання найбільш об'єктивних методів для розв'язання цих проблем.

Оперативність передбачає постійний моніторинг виробничої діяльності з метою визначення й своєчасного реагування на виявлені проблеми управління.

Гнучкість означає можливість удосконалення механізмів управління виробничою діяльністю та налаштування інформаційно-аналітичної системи при зміні факторів зовнішнього середовища або внутрішніх умов функціонування підприємства. Організаційне новаторство визначає потребу постійного пошуку нових, більш досконалих методів і форм реалізації механізмів управління виробничою діяльністю [2].

Одним із нових підходів до здійснення діяльності підприємства є синергетичний підхід, який враховує синергетичні ефекти у господарській практиці і допомагає виявляти та нарощувати наслідки взаємодії, інтегрувати види діяльності, виробництво та обслуговування. Пошук синергетичних ефектів, їх максимізація є досить актуальним завданням господарської практики. Застосування ефектів синергії, їх кількісна та якісна оцінка стають все важливішими завданнями господарської практики. Деякі результати прояву синергії можна виміряти кількісно. Наприклад, зростання прибутків, збільшення кількості споживачів, підвищення вартості акцій компанії тощо. Однак, є ефекти, які не те що важко виміряти, але й встановити факт їх наявності. Йдеться про рівень популярності бренда, морально-психологічний клімат в колективі, різниця у кваліфікації між новим і попереднім менеджментом і так далі [3].

Виробнича діяльність як основа сталого розвитку промислових підприємств вимагає пошуку та застосування позитивної синергетичної взаємодії окремих елементів і підсистем виробничої системи. Синергетичне управління виробничою системою підприємства дає можливість посилити ефект від взаємодії та спільного використання структурних елементів виробництва та ресурсів. Позитивну синергію слід виявляти і застосовувати, і в цьому має допомогти управління виробничою діяльністю, в основу якого покладено синергетичний підхід. Синергетичне управління на відміну від традиційного управління – це не стільки керування організацією та її виробничою системою, скільки пошук таких управлінських рішень, організаційних заходів, мотиваційних підходів тощо, які б забезпечували узгодження поведінки підсистем, координацію діяльності та комплексний підхід до функціонування виробничо-економічної системи і як наслідок посилення ефекту від спільної взаємодії елементів потенціалу підприємства.

#### **Перелік посилань**

1. Яркіна Н. М. Управління підприємством як економічна категорія (теоретичні аспекти) [Текст] / Н. М. Яркіна // Держава та регіони. Сер.: Економіка та підприємництво. - 2014. – № 1. – С. 130-136.
2. Ліпич Л. Деякі аспекти управління виробничою діяльністю підприємств [Текст] / Л.Ліпич, І.Волинець // Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. – 2015. – № 2. – С.44-49.
3. Водянка Л.Д. Синергетичний ефект у діяльності підприємств: класифікація та підходи до оцінювання [Текст] / Л.Д. Водянка, І.В. Яскал // Вісник Хмельницького національного університету. – 2012. – № 3. – Т.1. – С.7-12.

УДК 681.518.54

Біліченко Д. Ю., студент гр.. МЛ-14м

Науковий керівник: Бойченко М. В., доцент кафедри менеджменту виробничої сфери  
(Державний ВНЗ "Національний гірничий університет", м. Дніпропетровськ, Україна)

## УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ТОВАРНИМИ ЗАПАСАМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Сутність діяльності підприємства виражається в виробництві товарів та їх продажу покупцеві з метою максимізації прибутку. Однак між моментом виробництва та моментом реалізації іноді виникає деякий проміжок часу, тому у виробничого підприємства виникає необхідність зберігати готову продукцію та сировину для виробництва у спеціальних приміщеннях. Таким чином запаси сировини являють собою частку оборотних коштів підприємства, які тимчасово не беруть участі в обороті капіталу. Ці запаси грають велику роль у забезпеченні попиту покупців – споживачів.

Удосконалення управління запасами буде розглядатися на прикладі фірми ТОВ "Роздольне", головна спеціалізація якого – виробництво та переробка овочів та фруктів методом шокової заморозки. Основні споживачі підприємства – фірми оптової та роздрібно-торгівлі продуктами харчування. Кінцева продукція продається у супермаркетах під торговими марками цих магазинів або інших споживачів.

У сучасній літературі є декілька основних концепцій управління запасами: MRP, SCM, DRP, JIT. Основна мета цих концепцій полягає у мінімізації запасів та зменшення витрат на їх зберігання, а також забезпечення безперебійного виробництва продукції.

Серед усіх концепцій обрано систему JIT ("just in time") – "точно в строк".

Логістична концепція JIT характеризується такими основними рисами:

- мінімальними (нульовими) запасами матеріальних ресурсів, готовій продукції;
- короткими виробничими (логістичними) циклами;
- невеликими обсягами виробництва готової продукції і поповнення запасів (постачань);
- взаєминами по закупівлях матеріальних ресурсів з невеликою кількістю надійних постачальників і перевізників;
- ефективною інформаційною підтримкою;

Визначення потреби в матеріальних ресурсах при стратегії управління запасами «точно в строк» може здійснюватися на основі двох методів: на основі замовлень і на основі витрат. Обидва методи припускають елемент прогнозування: в першому випадку прогнозування здійснюється виходячи з наявних замовлень, у другому - на основі аналізу витрат матеріальних ресурсів у минулі періоди часу. При заготівлі виробничих запасів партіями, розмір яких не залежить від розміру замовлення, відбувається надмірне залучення коштів у запаси, які залишаються на складі під час та після виконання замовлення.

JIT дозволить виключити запаси і незавершене виробництво, для забезпечення більшої гнучкості виробництва, здійснити адаптацію виробництва до сучасних умов, які склалися на ринку, оптимізувати потокові процеси, здійснити високого рівня інтеграцію елементів системи управління виробництвом, забезпечити максимальну пропускну здатність виробничих потужностей, оптимізувати час виконання основних та допоміжних операцій, здійснювати випуск продукції відповідно до наявних замовлень, ліквідувати нераціональні переміщення, а також зберегти втрачену вигоду підприємства, яке могло б не вилучати кошти на формування запасу з грошового обігу, а спрямувати їх на додаткове залучення прибутку.

УДК 658.512

**Трифонов О.В., к.е.н., доцент, Шведун М.Г., магістр гр. МО-14м**

*(Державний ВНЗ «Національний гірничий університет», м. Дніпропетровськ, Україна)*

## СИСТЕМАТИЗАЦІЯ ПІДХОДІВ ДО ОЦІНКИ ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Реалії господарювання підприємств в сучасних умовах актуалізують питання управління їх економічним потенціалом.

Управління як процес представляє собою планомірну реалізацію функцій, серед яких аналіз є визначальною, наскрізною функцією. Найважливішим засобом аналітичного процесу є оцінка, яка поєднує дві принципові характеристики: кількісну, представлену у вигляді системи показників, і якісну, яка визначає на цій підставі змістовні параметри процесу або явища.

Існуючі пропозиції із використання показників оцінки економічного потенціалу підприємства можна об'єднати в такі групи:

1. Оцінювання економічного потенціалу одним узагальнюючим показником. В даному випадку комплексне оцінювання засноване на використанні ресурсних або результативних показників. З методичної точки зору при відборі й обґрунтуванні показників, що визначають потенціал і його елементи, слід мінімізувати їх кількість і використовувати тільки найбільш значущі. В той же час складність потенціалу підприємства через різноманітність елементів за природою та характером використання, обумовлює необхідність подолання суб'єктивізму в оцінці. Аналітику потрібна об'єктивна основа, тобто критерій, за яким суб'єкт зможе кваліфікувати явища з точки зору їх значущості на даний момент або у майбутньому, здійснювати відбір предметів і явищ дійсності та визначати стратегію своєї діяльності. Таким чином, оцінка потенціалу, виконана за натуральними або вартісними показниками, не є об'єктивною, оскільки не забезпечує умови співставності та порівнюваності в оцінці розміру його окремих складових.

2. Вираження рівня використання економічного потенціалу єдиним інтегральним показником, що складається з набору різних показників, які відображають різні підсистеми підприємства.

В даному випадку економічний потенціал розглядається як інтегральний показник, який формується переважно як система локальних потенціалів.

Для однозначного оцінювання економічного потенціалу необхідно вирішити важливу проблему – звести значення окремих показників в узагальнюючий. Проблеми застосування інтегрального показника пов'язані з методологічними труднощами його кількісного розрахунку, які призводять до широкого застосування експертних оцінок, внаслідок чого адекватність реальності самих результатів розрахунків викликає сумніви.

Різні автори залежно від цілей досліджень і виходячи з власних наукових поглядів обґрунтовують різноманітні групи факторів, які необхідно включати у сукупний (інтегральний, груповий) показник. Крім цього, пропонуються різні способи здійснення експертних оцінок, а частіше просто вказується, що вагові коефіцієнти визначаються експертно. Проте існують певні загальні проблеми, які необхідно враховувати при проведенні будь-яких експертних опитувань. Експертні оцінки несуть у собі не тільки вузькосуб'єктивні якості, які притаманні окремим експертам, а й колективно-суб'єктивні якості, які не зникають при обробці результатів опитування. Ще одна особливість полягає в тому, що експерт-лідер при організації експертного опитування у формі усного обговорення може поступово спрямувати групу експертів у бажаному напрямі. Ці особливості експертних оцінок зумовлюють необхідність розробки методів організації

складних експертиз, які допомагають отримувати більш об'єктивні та достовірні оцінки за допомогою введення критеріїв оцінювання, застосування різноманітних форм опитування, введення коефіцієнтів компетентності експертів, удосконалення обробки оцінок [1].

В економічній літературі пропонується зводити показники в узагальнюючій оцінці за допомогою методів середньої арифметичної, середньої зваженої, середньої геометричної, відстаней та ін. Відповідні методики широко використовуються в оцінці економічного потенціалу підприємства та його складових: розрахунок середньозваженої в оцінці ринкового потенціалу, фінансового та економічного потенціалу, трудового потенціалу; визначення середньої геометричної для оцінки трудового потенціалу; розрахунок інтегрального показника рівня фінансового потенціалу методом відстаней; інтегральна оцінка внутрішнього та зовнішнього середовища на базі середньоарифметичної для визначення потенціалу реалізації стратегічних змін щодо інноваційного розвитку підприємства тощо [2].

Слід зазначити, що метод відстаней найчастіше використовується у таксономічному аналізі і передбачає розрахунок однойменного таксономічного (інтегрального) показника. За своїм змістом він є синтетичною величиною, рівнодією всіх ознак, що дозволяє впорядкувати елементи певної сукупності за відстанню до певної визначеної у просторі точки, що є еталоном.

У кожному конкретному випадку форма зведення окремих показників в узагальнюючий (результуючий) визначається цілями дослідження. Необхідною умовою для застосування даного підходу в рамках неоднорідної сукупності є упорядкування індикаторів до структурних відносних показників. Основною перевагою описаної методики є простота застосування, а недоліком – наявність суб'єктивності в оцінці вагових коефіцієнтів.

3. Застосування системи показників, кожен з яких відображає стан відповідної підсистеми. Відповідно до даної методики обирається комплекс показників для кожної категорії складових потенціалу підприємства, які дають змогу якнайповніше відобразити їх поточний стан; визначається система контрольних показників; встановлюється рекомендоване значення контрольних показників (максимально або мінімально допустимі) для кожної категорії складових потенціалів, тобто будується умовна еталонна модель. Необхідність побудови умовної еталонної моделі викликана тим, що розраховані коефіцієнти самі по собі несуть незначне смислове навантаження і необхідне порівняння значень коефіцієнтів зі значеннями певних “зовнішніх” показників.

Основним недоліком даного підходу можна вважати розрізненість отриманих результатів, тобто неможливість їх зведення з метою кількісної оцінки рівня сформованого економічного потенціалу та порівняння його з «ідеальним» значенням.

Отже, оцінка економічного потенціалу підприємств сьогодні є актуальною науковою тематикою, підходи вчених є достатньою мірою розробленими. Проте при виборі методики оцінки необхідно застосовувати зважений науковий підхід, який передбачає врахування як переваг, так і недоліків тієї чи іншої методики.

### Перелік посилань

1. Верхоглядова Н. І. Методики оцінки економічного потенціалу підприємства / Н. І. Верхоглядова, Г. С. Макарова // Держава та регіони. Серія „Економіка та підприємництво”. - 2011. - № 5. - С. 119-122.

2. Воронков Д.К. Управління змінами на підприємстві: теорія та прикладні аспекти: Монографія. – Х. ВД «ІНЖЕК», 2010. – 340 с.

УДК 330.322

Усатенко О.В., к.т.н., доцент, Вербова В.І., бакалавр гр. Б-МН-12-1

(Державний ВНЗ «Національний гірничий університет», м. Дніпропетровськ, Україна)

### КЛАСИФІКАЦІЯ ІНВЕСТИЦІЙ ЗА ОСНОВНИМИ ОЗНАКАМИ

В сучасній Україні поняття інвестиції та інвестування ввійшли в науковий обіг в результаті реформування економіки на ринковий лад. Вітчизняні і зарубіжні економісти розглядають інвестиції як довгострокове вкладення капіталу в різні сфери і галузі економіки, інфраструктуру, соціальні програми, охорону навколишнього природного середовища як всередині країни, так і за кордоном з метою розвитку виробництва, соціальної сфери, підприємництва, одержання прибутку.

Термін «інвестиція» походить від лат. «invest», що означає «вкладати». В широкому розумінні цього слова інвестиції являють собою вкладення капіталу з метою його збільшення в майбутньому. Таким чином, інвестиції – це те, що відкладається на завтра. Одну їх частину складають споживчі блага, які не використовуються в поточному періоді, вони відкладаються на збільшення запасів, іншу – ресурси, які направляються на розширення виробництва. Інвестиціями можуть бути як грошові кошти, так і акції, цінні папери, пайові внески, рухоме і нерухоме майно, авторські права. З точки зору фінансів, інвестиції – це всі види активів (коштів), які вкладаються в економічну діяльність з метою одержання доходу, а з точки зору економіки, інвестиції – це витрати на створення, розширення і технічне переозброєння капіталу.

В Законі України «Про інвестиційну діяльність» інвестиції трактуються як всі види майнових і інтелектуальних цінностей, що вкладаються в об'єкти підприємницької та інших видів діяльності, в результаті якої створюється прибуток (доход) або досягається соціальний ефект. Такими цінностями Закон визначає:

кошти, цільові банківські вклади, паї, акції та інші цінні папери;

рухоме та нерухоме майно;

майнові права, що впливають з авторського права, досвід та інші інтелектуальні цінності;

сукупність технічних, технологічних та інших знань, оформлених у вигляді технічної документації, навичок та виробничого досвіду, необхідних для організації того чи іншого виду виробництва, але не запатентованих;

права користування землею, водою, ресурсами, будівлями, спорудами, обладнанням, а також інші майнові права.

Таким чином, приріст капіталу за рахунок інвестицій ми можемо назвати процесом інвестування. Джерелом приросту капіталу й головним мотивом інвестування є одержуваний прибуток. Обидва процеси – вкладення капіталів і одержання прибутку – відбуваються упродовж певного часу, а тому вкладення капіталу, а потім і отримання прибутку може бути послідовним, паралельним або інтервальним.

У першому випадку прибуток буде одержано негайно після завершення інвестування в повному обсязі, у другому одержання прибутку можливе до повного завершення процесу інвестування, у третьому між періодом інвестування та одержанням прибутку минає певний час, тривалість якого залежить від форми інвестування та особливостей інвестиційного проекту.

Інвестування – це процес акумуляції коштів у різній формі (гроші, акції, цінні папери, пайові внески, рухоме і нерухоме майно, авторські права тощо), перетворення їх в інвестиційні товари та ресурси, введення останніх у виробничу стадію і трансформація у перетворюючі інноваційні фактори – ресурси, а далі у капітал.

На основі специфіки відтворення різних видів інвестиційних ресурсів у сучасних умовах виникає потреба уточнення класифікації інвестицій за окремими ознаками (рис. 1).



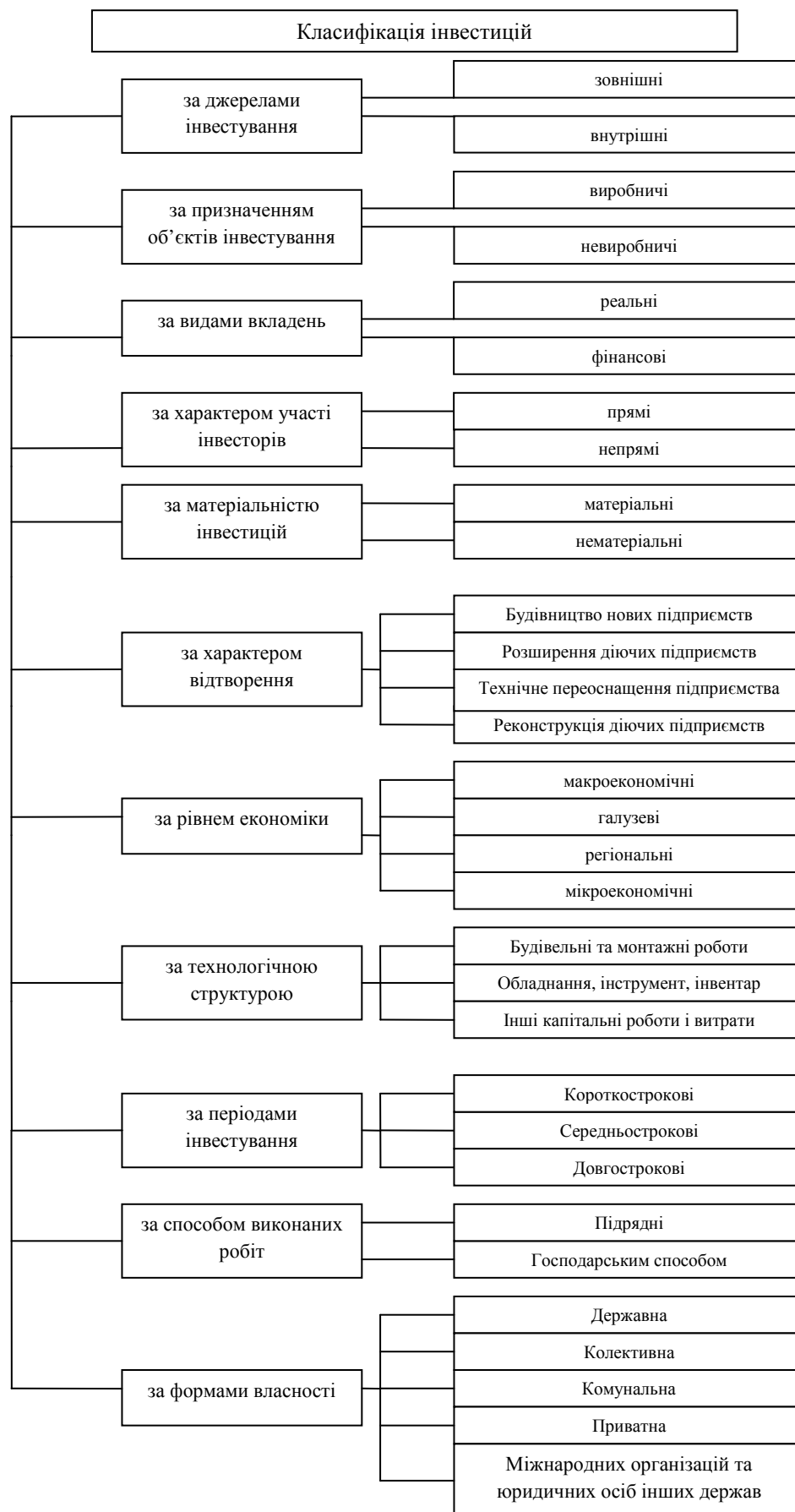


Рисунок 1 – Класифікація інвестицій за окремими ознаками

**Перелік посилань**

1. Верба В.А. Проектний аналіз: підручник / В.А. Верба, О.А. Загородніх. – К. КНЕУ, 2000. – 322 с.

УДК 631.11:658.152

Ткаченко Г.А. студентка гр. МгФк-1-14

Науковий керівник: Демчук Н.І, д.е.н., професор кафедри фінансів та банківської справи  
(Дніпропетровський державний аграрно-економічний університет, м. Дніпропетровськ,  
Україна)

## ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ДЖЕРЕЛ ВІДТВОРЕННЯ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Виходячи з сучасних уявлень про підприємство виробничої сфери та враховуючи відносну стабільність потреб ринку у виробленій продукції, кожне вітчизняне підприємство має можливості виготовляти необхідну кількість продукції в залежності від свого наукового, технічного, технологічного рівня виробництва та потужності, тобто від рівня розвитку власної техніко-технологічної бази. Кризові явища та нестабільність в економіці України впродовж тривалого часу призвели не тільки до погіршення фінансових показників роботи вітчизняних підприємств, але й до здешевлення вартості робочої сили порівняні з розвиненими європейськими країнами. Як наслідок, сучасні підприємства надають перевагу не модернізації та технічному переоснащенню виробництва, а розширенню штату працівників та збільшенню часу роботи обладнання. Ця проблема стосується підприємств багатьох галузей, внаслідок чого в умовах нестримного науково-технічного розвитку актуальними постають проблеми оновлення складу основних засобів підприємств.

Одним з визначальних важелів функціонування механізму відтворення основних засобів є формування і використання джерел фінансування відтворювальних процесів. Відповідно до чинного законодавства економічними джерелами фінансування простого і розширеного відтворення основних засобів можуть бути власні фінансові ресурси підприємства, залучені та позичені кошти. Відтворення основних засобів - категорія складна і багатогранна. За визначенням Довгалюка Н.В. - це інтегрована, органічно пов'язана цілісна система економічних, організаційних правових форм та методів господарювання, спрямованих на впровадження прогресивної і принципово нової техніки, комплексної модернізації основного капіталу [1, с. 30]. Тобто відтворення основного капіталу - це процес постійного повторення його виробничого використання, зносу, амортизації, підтримки в робочому стані через здійснення ремонтів і відновлення в натурі.

В умовах виживання сільського господарства амортизація втрачає свою відтворювальну функцію. Це зумовлено, насамперед, низькою достовірністю оцінки вартості основного капіталу сільськогосподарських підприємств, великим відривом балансової вартості основних засобів від ринкових цін на аналогічні об'єкти.

Невідповідність вартості основних засобів, за якої вони числяться на балансах сільськогосподарських підприємств, ринковим цінам призводить до того, що амортизація нараховується у менших сумах, ніж це було б потрібно не лише для оновлення основних засобів на новому технічному рівні, а й для їхнього простого відтворення. [2, с. 69] Такі проблеми у формуванні амортизаційної політики зумовлюють необхідність поширення використання експертних методів оцінки основних засобів у сільськогосподарських підприємствах.

Складність вибору та оптимізації джерел відтворення ускладнюється ще й розбіжностями в теоретичних підходах щодо класифікації існуючих джерел фінансування. Так, у своїх наукових дослідженнях автор О.Г. Боброва зазначає, що джерела відтворення поділяють на внутрішні і зовнішні. Даний підхід можна було б розглядати як узагальнений, проте при детальному аналізі автор відносить до зовнішніх джерел бюджетне фінансування, банківські кредити і позики, емісію цінних паперів, а також

внески трудових колективів, які більшість економістів не відносять до зовнішніх джерел фінансування [3. с, 267].

Не менш важливу роль у процесі відтворення основних засобів відіграють зовнішні джерела. До цих джерел відносяться банківські кредити і позики, лізинг, іноземні інвестиції. Кризовий стан економіки країни, фінансова неспроможність сільськогосподарських товаровиробників зумовили призупинення інвестиційного процесу, відтворення основних засобів сільськогосподарських підприємств, їх технічної переоснащеності.

Обсяги інвестиційних вкладень у основний капітал сільського господарства з кожним роком зменшуються порівняно з іншими галузями економіки.

Банківські кредити, надаються суб'єктам усіх форм власності переважно у тимчасове користування. Відповідно нині діючий кредитний механізм не сприяє процесам відтворення сільськогосподарського виробництва. На думку П.Т.Саблука «кредитне забезпечення сільськогосподарських товаровиробників важливо формувати на ринкових принципах, але з елементами державного регулювання як цілісну систему кредитування агропромислового виробництва, яка має передбачати:

- банківське кредитування - запровадження механізмів стимулювання надання середньо та довгострокових кредитів комерційними банками та іншими фінансовими структурами сільськогосподарським підприємствам з використанням Державного бюджету;

- поза банківське кредитування - розширення комерційного кредитування, стимулювання розвитку реалізації сільськогосподарської продукції за форвардними контрактами, запровадження тендерної форми обслуговування бюджетних кредитів, розробку механізмів мікрокредитування;

- запровадження іпотечного кредитування під заставу землі з реально діючим механізмом її вилучення у разі неповернення кредитів;

- кредитну інфраструктуру - формування Аграрного банку та фінансово-промислових груп за участю комерційних банків, створення умов для формування і функціонування гарантійних фінансово-кредитних установ;

- створення кредитних кооперативів та кооперативних банків, а також розвиток кредитних спілок на селі;

- механізми гарантування повернення кредитів - організацію державної реєстрації нерухомості, розвиток оцінної та страхової діяльності, заставу майна і, особливо, земельних ділянок, страхування фінансових ризиків комерційних банків тощо» [4, с.14].

### Перелік посилань

1.Довгалоук Н.В. Відтворення основних засобів сільськогосподарських підприємств // Економіка АПК. – 2008.-№11.- С.30-35.

2.Никифоров А.Є., Діба В.М. Вплив державної амортизаційної політики на оновлення основного капіталу інноваційних підприємств// Фінанси України. – 2007. - №1. – С.67-74.

3.Боброва О.Г. Переоцінка основних засобів та формування витрат підприємства за статтею «Амортизація» // Стратегія економічного розвитку України: Наук. зб. Вип. 4 / Відп. ред. О.П. Степанов. - К.: КНЕУ, 2001. -С. 267-272.

4.Саблук П.Т.Стан і перспективи розвитку агропромислового комплексу України// Економіка України. – 2008. - № 12. – С.4-19.

УДК: 631.16:65.016.8

Ткаченко О.С. викладач кафедри обліку, аудиту та управління фінансово-економічною безпекою

(Дніпропетровський державний аграрно-економічний університет м. Дніпропетровськ, Україна)

### ДЖЕРЕЛА ОЗДОРОВЛЕННЯ НЕПЛАТОСПРОМОЖНИХ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Результатом взаємодії всіх елементів системи економічних відносин підприємства є сукупність виробничо-господарських факторів і характеризуються системою показників, що відображають наявність, розміщення і використання ресурсів. Досить часто виникають ситуації, коли через певні об'єктивні причини відбуваються тимчасові погіршення основних показників, що характеризують платоспроможність, фінансову стійкість, прибутковість, що знаходить пояснення як прояв ознак окремих видів криз.

З метою попередження та недопущення розвитку таких кризових явищ, а тим більше їх поглиблення та виникнення комплексної стратегічної кризи підприємства, керівникам та власникам суб'єктів господарювання необхідно забезпечити виконання комплексу заходів, що передбачають використання внутрішніх та зовнішніх джерел та важелів, що дадуть змогу не лише стабілізувати ситуацію, а й забезпечити якісне і кількісне зростання основних характеристик та показників його фінансового стану.

Сільськогосподарські підприємствам притаманні специфічні особливості, які виокремлюють цю галузь з поміж інших в національній економіці. Найбільш характерними особливостями їх функціонування є: висока залежність від зовнішніх джерел фінансування; недостатність власних джерел фінансування в зв'язку з іммобілізацією фінансових ресурсів, спрямованих на створення сезонних понаднормативних виробничих запасів, необхідних для забезпечення процесу виробництва; пряма залежність формування фінансових результатів від природно-кліматичних умов; обмежений доступ до кредитних ресурсів на ринку кредитних послуг в умовах кризи стану фінансового сектора.

Наявність специфічних ризиків і нестабільність доходів через об'єктивні причини обумовлюють необхідність безперервного процесу оздоровлення неплатоспроможних сільськогосподарських підприємств впродовж всього виробничого циклу [1].

Оздоровлення неплатоспроможних сільськогосподарських підприємств - це комплекс послідовних взаємозв'язаних заходів виробничо-технічного, фінансово-економічного, організаційного та соціального характеру, спрямованих на виведення суб'єкта господарювання з кризи і відновлення або досягнення ним прибутковості й конкурентоспроможності.

Метою оздоровлення неплатоспроможних сільськогосподарських підприємств є покриття поточних збитків та усунення причин їх виникнення, поновлення ліквідності та платоспроможності сільськогосподарських підприємств, скорочення обсягів заборгованості, поліпшення структури оборотного капіталу та формування фінансових ресурсів, необхідних для проведення санаційних заходів виробничо-технічного характеру.

Процес оздоровлення неплатоспроможних сільськогосподарських підприємств передбачає послідовне здійснення заходів, що потребують залучення певних ресурсів, які надходять, як правило, із зовнішніх джерел [2].

Розглядаючи питання альтернативних джерел оздоровлення суб'єктів підприємницької діяльності, О.П. Процьків виокремлює: випуск нових акцій та облігацій; залучення банківських кредитів; отримання урядових субвенцій; трансформація короткострокової заборгованості в довгострокову [4].

Дещо по-іншому розглядає внутрішні та зовнішні джерела проведення

антикризових заходів Н.М. Левченко. До внутрішніх джерел автор відносить кошти власників та кошти працівників, а серед зовнішніх – акцентує увагу на банківських ресурсах та кредиторській заборгованості [3].

Найбільш повно, на нашу думку, розглядає джерела реалізації антикризових заходів О.О. Терещенко, який стверджує, що мобілізація внутрішніх джерел оздоровлення має відбуватися в двох напрямках:

- збільшення вхідних грошових потоків за рахунок зростання виручки від реалізації продукції чи реструктуризації активів;
- зменшення вихідних грошових потоків.

Серед зовнішніх джерел оздоровчих заходів О.О. Терещенко виокремлює: банківське кредитування; збільшення статутного фонду (шляхом збільшення кількості акцій, зростання номінальної вартості акцій, обміну облігацій на акції); цільові внески на безповоротній основі [5].

У процесі проведених досліджень нами систематизовано ключові заходи по фінансовому оздоровленню сільськогосподарських товаровиробників, що відображає приведена нижче модель, в основу якої покладено умову – забезпечення найнижчої ціни та досягнення бажаної результативності на основі оптимізації відповідних джерел.

Залучення альтернативних або зовнішніх джерел оздоровлення для сільськогосподарських підприємств надто складна і важко – доступна процедура. Комерційні банки не досить довіряють сільськогосподарським підприємствам і перестраховуючись дають кошти лише під великі відсотки. На практиці державна підтримка включає надання безвідсоткових кредитів фермерським господарствам, здешевлення банківських кредитів та страхових премій, надання допомоги в придбанні складної сільськогосподарської техніки вітчизняного виробництва, але її отримують лише деякі підприємства.

Впродовж останнього десятиріччя виникла низка проблем щодо ефективного функціонування сільськогосподарських підприємств. Серед чинників, що негативно впливають на оздоровлення неплатоспроможних підприємств, слід виділити: відсутність ефективних реформ галузі та дотацій на розвиток, застаріла система обліку сільськогосподарської продукції, неефективна система внутрішнього управління сільськогосподарських підприємств та морально і фізично застаріле обладнання.

Проведення поетапного оздоровлення неплатоспроможних сільськогосподарських підприємств сприятиме покращенню їх фінансового стану, протидії кризовим ситуаціям, нарощуванню обсягів виробництва та реалізації конкурентоздатної продукції, обмеження ввезення імпортованих продуктів харчування, що у кінцевій меті забезпечить продовольчу безпеку країни.

#### Перелік посилань

1. Демченко О.В. Фінансове оздоровлення сільськогосподарських підприємств в умовах кредитної рестрикції / О.В. Демченко// Всеукраїнський науково-виробничий журнал Інноваційна економіка.-2013. - № 2. – С. 289-298.

2. Кірдіна О. Г. Основні аспекти фінансового оздоровлення підприємств / О. Г. Кірдіна, Ю. Т. Боровик // Економіка підприємства: Вісник економіки транспорту і промисловості. - 2012. - №40. - С. 176 -180.

3. Левченко Н.М. Джерела фінансового оздоровлення підприємств в аспекті чинного законодавства / Н.М. Левченко // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємство. – 2006. – № 5. – С. 169-172.

4. Процків О.П. Особливості фінансової стратегії щодо подолання кризового стану підприємства / О.П. Процків // Державний інформаційний бюлетень. – С. 18-25.

5. Терещенко О.О. Фінансова санація та банкрутство підприємств: [навч. посіб.] / О.О. Терещенко. – К. : КНЕУ, 2000. – 412 с.