

# **Том 14**

## **Економіка і управління у промисловості**

УДК 330.45: 330.46

**Авраменко С.Є., студент гр. САіТ-15-1**

**Науковий керівник: Тимошенко Л.В., к.е.н., доц., доц. кафедри прикладної економіки та підприємництва,**

*(Національний технічний університет "Дніпровська політехніка", м. Дніпро, Україна)*

## **ЦИФРОВА ЕКОНОМІКА ТА БІЗНЕС В УКРАЇНІ: СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ**

В умовах мінливого бізнес-середовища успішність суб'єктів господарювання багато в чому визначається їх здатністю до адаптації та змін, а не обсягами активів. Цифрові технології, послуги та системи є надзвичайно важливими для соціального розвитку, адже вони можуть забезпечити зростання і створення нових робочих місць в усіх галузях економіки, починаючи з найменших традиційних підприємств і закінчуючи новітніми високотехнологічними виробництвами [1].

Поняття «цифрова економіка» введено у 1995 році одним із світових авторитетів в галузі бізнес-стратегії Доном (Дональдом) Тапскоттом, а американський програміст Ніколас Негропonte сформулював її концепцію. Томасом Месенбургом виділено наступні головні компоненти цієї концепції: інфраструктура, електронний бізнес та електронна комерція. Загалом, є багато визначень поняття цифрової економіки. Так автор роботи [2] зазначає, що це трансформація всіх сфер економіки завдяки перенесенню інформаційних ресурсів та знань на комп'ютерну платформу з ціллю їх подальшого використання (включаючи там, де це можливо) на цій платформі. В дослідженні [3] цифрову економіку представлено як інноваційну динамічну економіку, що базується на активному впровадженні інновацій та інформаційно-комунікаційних технологій в усі види економічної діяльності та сфери життєдіяльності суспільства, що дозволяє підвищити ефективність та конкурентоспроможність окремих компаній, економіки та рівень життя населення.

Саме завдяки технологіям останніх десятиліть з'явилась можливість отримання швидкої конкурентної переваги та значного підвищення ефективності підприємництва. Це підтверджує досвід таких гігантів як Google, Facebook, Uber, Apple, Amazon та багато інших компаній, які змогли відкрити нові ринки та успішно розвиватися в них.

Більшість країн європейського союзу вже активно працюють та впроваджують свої «цифрові стратегії». Так у Франції є Міністерство цифрової економіки, а ЄС має профільного комісара з питань цифрової економіки і суспільства. Потенціал розвитку цифрової економіки в Україні все ще є нерозкритим, насамперед, із-за відсутності системної державної політики у цьому напрямі. Однак слід зазначити, що у 2014 році було створено департамент цифрової економіки при Міністерстві економічного розвитку і торгівлі України та відзначено наступні пріоритетні завдання: створення інформаційного суспільства, розвиток широкосмугового Інтернет з'єднання, підтримка інвестицій в інноваційні стартап-проекти, широке використання електронних адміністративних послуг, а також нові стандарти навчання цифровим технологіям [4]. Окрім цього, ухвалено Концепцію розвитку цифрової економіки і суспільства України на 2018-2020 роки та затверджено план заходів щодо її реалізації і стратегічне завдання – усунення технологічного розриву між розвиненими країнами та Україною.

Особливістю українського цифрового розвитку є те, що користувачі і бізнес значно випереджають державу та промисловість. Складна ситуація у великому промисловому секторі, де ідея оновлення старого промислового парку реалізується вкрай повільно. Малий і середній бізнес вже використовує цифрові методи просування своїх послуг [5]. Тому активна участь держави в формуванні цифрової економіки може дати можливість вітчизняним компаніям конкурувати на світовому рівні. Технології повинні стати доступними як представникам бізнесу, так і простим громадянам. Держава повинна виключити з податкових

питань всі витрати підприємств на інвестиції в технологічний розвиток. Треба створювати проекти зі зниження вартості імпорту технологічного обладнання, кредитувати з коштів державного бюджету проекти «цифровізації» бізнесу й промисловості і створювати пільги для тих комерційних підприємств, які інвестують в нові технології. І такий підхід дасть позитивні результати. Згідно з дослідженням компанії Enterprise Strategy Group, проведеного на замовлення компанії Dell EMC, 96% компаній, де пройшла цифрова трансформація, наступного року майже вдвічі перевиконали свої плани по доходах [5]. Окрім цього, щоб максимально використати потенціал цифрових технологій потрібні нові фахівці, що володіють сучасними знаннями, цифровими навиками, здатні до самонавчання, вирішення складних завдань в постійно змінюваному середовищі [6].

Бізнес найближчим часом змушений буде або успішно пройти через процеси цифрової трансформації, або розчинитися в архівах пошукових систем, наголошує О.Є. Гудзь [7]. Аби пройти всі етапи цифрової трансформації організаційних механізмів управління підприємством необхідно: впровадження єдиних програм для використання у різних підрозділах підприємства; уніфікація операційних процесів у корпоративному центрі й на виробничих підрозділах; пілотне впровадження окремих цифрових технологій управління (зокрема, SAP ERP); розбудова організаційних процесів у всіх структурних підрозділах підприємства; технологічна автоматизація бізнес-процесів; автоматизація бізнес-комунікацій; глибинний розвиток ІТ-інфраструктури; впровадження системи бюджетування та єдиного електронного документообігу; забезпечення офісів підприємств сучасними ІТ-інструментами та механізмами (новими каналами зв'язку, мережами, центрами обробки даних і серверами); перехід на хмарний серверний простір.

Отже, цифрова економіка є одним з найважливіших чинників економічного зростання бізнесу та формування нової якості життя в Україні. Тому необхідна активізація зусиль бізнесу, держави та суспільства у поширенні цифрових технологій як інструменту забезпечення конкурентних переваг у довгостроковій перспективі.

### **Перелік посилань**

1. Цифрове Співтовариство: Україна та ЄС готують спільний проект в сфері цифрового ринку / Європейська правда. – 1 липня 2016 р. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.eurointegration.com.ua/articles/2016/06/29/7051397/>.
2. Кіт Л.З. Еволюція мережевої економіки / Л.З. Кіт // Вісник Хмельницького національного університету. – Економічні науки. – 2014. – № 3. – Т. 2. – С. 187-194.
3. Огородня Д. В. Цифрова економіка та її вплив на розвиток національної та міжнародної економіки / Д. В. Огородня, В. А. Опенько, Г. Т. Карчева // Фінансовий простір. – 2017. – № 3. – С. 13-21.
4. Коляденко С. В. Цифрова економіка: передумови та етапи становлення в Україні і у світі / Коляденко С. В. // Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики. – 2016. – № 6. – С. 105-112. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/efmapnp\\_2016\\_6\\_11](http://nbuv.gov.ua/UJRN/efmapnp_2016_6_11).
5. Україна переходить на «цифрову економіку». Що це означає? / УКРІНФОРМ. – 21.01.2018 – [Електронний ресурс] Режим доступу: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/2385945-ukraina-perehodit-na-cifrovu-ekonomiku-so-ce-oznacae.html>
6. Карчева Г.Т. Удосконалення освіти в умовах цифрової економіки / Г.Т. Карчева, І.Я. Карчева // Проблеми забезпечення ефективного функціонування та стабільного розвитку банківської системи та економіки. Матеріали VII Всеукраїнської науково-практичної конференції. – Київ. – 19 травня 2017. – С. 320-322.
7. Гудзь О.Є. Цифрова економіка: зміна цінностей та орієнтирів управління підприємствами / О.Є. Гудзь // Економіка. Менеджмент. Бізнес. – 2018. – № 2. – С. 4-12.

**Віктор Паскоал Жозе Де Суоза**, студент гр. 073м-17-1

**Науковий керівник: Бойченко М.В.**, д.е.н., доцент, професор кафедри менеджменту,  
(Національний технічний університет «Дніпровська політехніка», м. Дніпро, Україна)

## **АНАЛІЗ ОСНОВНИХ ПІДХОДІВ ДО ОЦІНКИ ЛОГІСТИЧНОЇ СКЛАДОВОЇ ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА**

Одним з найбільш повних тлумачень категорії логістичного потенціалу є здатність підприємства реалізовувати логістичні функції і операції з максимально можливим кінцевим результатом та мінімальними логістичними витратами.

За умови ефективного проведення логістичного аналізу діяльності підприємства, виявляється повний спектр логістичних резервів, що дає змогу ефективно спрямовувати, використовувати і координувати логістичний потенціал.

Найбільш розповсюдженим методом оцінки логістичного потенціалу є аналіз та прогнозування показників діяльності логістичної системи підприємства, що дає змогу визначити ефективність реалізації логістичних функцій, та оцінити потенціальні логістичні можливості підприємства [1].

Одним з найбільш ефективних методів оцінки логістичного потенціалу є моніторингові показники, що дозволяють прослідкувати за динамікою роботи логістичних систем. До типових моніторингових логістичних показників можна зарахувати рівень сервісу та елементи структури витрат. Контрольні показники відображають поточні результати діяльності та слугують для коректування логістичного процесу в тих випадках, коли він відхиляється від встановлених нормативів (наприклад, відслідковування пошкоджених вантажів під час транспортування). Показники оперативного управління призначені для мотивації персоналу.

Алькама В.Г. поділяє показники, які пов'язані із оцінюванням вкладу логістики в діяльність підприємства, на:

- показники, що характеризують логістичну систему;
- показники, що характеризують роботу логістичної системи.

До першої категорії можна зарахувати логістичні активи, а саме: склади, транспорт, обладнання, запаси. Логістичні активи можуть становити ліву частку активів підприємства. Наприклад, у дистрибуторів вони перевищують 90% від загальних активів. Оцінювання управління активами показує, наскільки швидко обертаються ліквідні активи (запаси) і наскільки успішно окупуються інвестиції, вкладені в основні засоби. Відповідними показниками, які характеризують потужності логістичних активів (основних засобів), будуть:

- площа, м<sup>2</sup>;
- місткість, м<sup>3</sup> або кількість товару в тонах;
- пропускна спроможність, т/добу;
- кількість, од..

До другої категорії можна зарахувати такі показники, як:

- ефективність логістичної системи;
- продуктивність логістичної системи;
- надійність логістичної системи;
- гнучкість логістичної системи [2].

Хаотичність процесів розвитку і не контрольованість кризових тенденцій на макrorівні спричинили руйнацію структури потенціалу, що проявилось у порушенні пропорцій між основними елементами соціально-економічних систем сучасних підприємств.

У свою чергу, багаторівнева деформація пропорцій та зв'язків між складовими виробничих, соціальних, комерційних та інших підсистем підприємств зумовлює мультиплікативність дезорганізації та ініціює наступний виток кризових загальносистемних змін та зростання рівня ризиків для нормального функціонування підприємства.

Основним методом надання кількісної оцінки логістичним ризикам та логістичному потенціалу є метод експертних оцінок, що полягає у побудові моделі поведінки об'єкту, що аналізується на основі думок та припущень експертів у обраній галузі [3].

Отже, комплексна оцінка здійснення логістичних функцій дає змогу об'єктивно оцінити обсяг логістичного потенціалу, умови його ефективної реалізації та стійкість до змін середовища функціонування підприємства.

#### **Перелік посилань**

1. Сергєєв В.І. Корпоративна логістика. 300 відповідей на питання / В.І. Сергєєв. - М.: Инфра-М, 2005. – 289 с.
2. Алькема В.Г. Логістика: теорія та практика / В.Г. Алькема, О.М. Сумець. – К.: Видавничий дідім «Професіонал», 2008. – 270 с.
3. Свиридко С.В. Логістика: сучасні світові тенденції розвитку / С.В. Свиридко // Проблемы развития внешнеэкономических связей и иностранные инвестиции: региональный аспект. – 2009. - №1. - Ч.1. - С. 456.

**Герасименко Я.Р.** студент гр. 072-м-17-1

**Науковий керівник:** Крилова О.В., к.т.н., доцент кафедри кафедра економічного аналізу і фінансів  
(Національний технічний університет "Дніпровська політехніка", м. Дніпро, Україна)

## **УПРАВЛІННЯ КРЕДИТОРСЬКОЮ ТА ДЕБІТОРСЬКОЮ ЗАБОРГОВАНІСТЮ НА ПІДПРИЄМСТВІ**

У сучасних ринкових умовах заставою виживання та основою стабільного становища будь-якого підприємства є його фінансова стійкість. Якщо підприємство фінансово стійке, платоспроможне, то воно має ряд переваг перед іншими підприємствами того ж профілю для отримання кредитів, залучення інвестицій, у виборі постачальників і в підборі кваліфікованих кадрів. Чим вище стійкість підприємства, тим більше воно незалежно від несподіваної зміни ринкової кон'юнктури і, отже, тим менше ризик опинитися на краю банкрутства.

Основним завданням будь-якої комерційної організації є отримання прибутку, тому перед фінансовими службами і керівництвом підприємства постає питання про зниження дебіторської і кредиторської заборгованості, високий рівень якої може знизити фінансову стійкість підприємства.

В процесі діяльності суб'єкт господарювання здійснює різноманітні операції, тобто продає або купує товари, роботи, послуги, сплачує податки, бере кредити, дає позики. А отже, періодично, або навіть майже завжди, з'являється кредиторська або дебіторська заборгованість. Вона може бути поточною, довгостроковою, сумнівною, безнадійною. Розрахунки з дебіторами і кредиторами - дуже важливі показники, що характеризують фінансовий стан суб'єкта господарювання. Для нормального функціонування всіх ланок роботи підприємства необхідно, щоб підприємці, ухвалюючи рішення, мали достовірну інформацію про фінансовий стан підприємства, в частковості, про стан дебіторсько-кредиторської заборгованості, про законність і підтвердженість господарських операцій, в результаті яких вона виникла. Основною проблемою в даних умовах господарювання є несвоєчасне та неповне виконання суб'єктами своїх зобов'язань, тобто порушення домовленостей між сторонами, в першу чергу, щодо строків оплати та поставки товарів, робіт, послуг. Основою фінансово-господарської діяльності підприємства є розрахункові операції, внаслідок яких, з однієї сторони, виникає дебіторська, а з іншої – кредиторська заборгованість, що, в свою чергу негативно впливає на діяльність суб'єкта господарювання. Тому, суб'єктам ринкових відносин необхідно здійснювати ефективне управління дебіторською і кредиторською заборгованістю, сприяючи постійному їх зменшенню.

Дебіторська заборгованість істотно погіршує фінансовий стан підприємства, вона є іммобілізацією грошових засобів, відверненням їх з господарського обороту, що приводить до зниження темпів виробництва і фрезультативних показників діяльності підприємства, оскільки прострочена дебіторська заборгованість, по якій закінчився термін позовної давності, підлягає віднесенню на збитки підприємства.

Наявність кредиторської заборгованості говорить про неплатоспроможності підприємства і підриває авторитет підприємства у покупців і замовників.

Щоб ефективно управляти дебіторською заборгованістю, підприємству необхідно виконувати наступні рекомендації:

- постійно стежити за співвідношенням дебіторської і кредиторської заборгованості, так як в разі значного перевищення дебіторської заборгованості потрібно залучати додаткові джерела фінансування через виникнення нестачі в оборотних коштах для здійснення виробничої діяльності;

- контролювати стан розрахунків за простроченими заборгованостями і заборгованостях, за якими настав термін виконання;
- прогнозувати надходження грошових коштів від дебіторів на основі коефіцієнтів інкасації;
- оцінювати реальну вартість існуючої дебіторської заборгованості.
- орієнтуватися на якомога більшу кількість покупців з метою зменшення ризику несплати одним або кількома великими споживачами, а також на передоплату (не менше 50% вартості продукції) одержуваної замовником продукції.

На сьогодні більшість вітчизняних підприємств перебувають на межі фінансової кризи. Основна причина виникнення кризових явищ полягає у низькому рівні менеджменту та нездатності підприємств ефективно та своєчасно управляти оборотними активами та позиковими коштами.

На закінчення, можна сказати, що ефективне управління дебіторською заборгованістю відноситься до необхідних умов успішної роботи фірми, . Воно створює передумови для швидкого зростання бізнесу і збільшення фінансових можливостей фірми. Прискорюється товарообіг, акумулюються вільні кошти, що дозволяє вчасно оплачувати необхідні рахунки підприємства.

#### **Перелік посилань**

1. Олійник О. С. Дебіторська заборгованість: сутність та класифікація/ О. С. Олійник // Фінанси України. – 2017. – №12 (1). – С. 56–60
2. Білик М.Д. Управління дебіторською заборгованістю підприємств // Фінанси України. – 2016. - № 12. – С.24-36.
3. Матицина Н. Основні засади регулювання розрахункових відносин через управління дебіторсько-кредиторською заборгованістю // Бухгалтерський облік і аудит.- 2016 № 12 – С.38-42.
4. Блакита Г.В. Актуальні питання управління дебіторською заборгованістю / Блакита Г.В. // Збірник наукових праць ВНАУ. – 2017. –№3(69). – С. 23-30.

Глазовий І.С., студент гр. 073м-17-2

Науковий керівник: Дубей Ю.В., к.е.н., доцент кафедри менеджменту,  
 (Національний технічний університет «Дніпровська політехніка», м. Дніпро, Україна)

## ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЕКСПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Розробці заходів і рекомендацій щодо розвитку експорту повинен передувати ретельний аналіз факторів ефективності експорту, оскільки його результати можуть бути легко застосовані на практиці при прийнятті управлінських рішень. «Фактор ефективності експорту» можна визначити як елемент, який надає значний вплив на ефективність експорту підприємства.

Огляд вітчизняної та зарубіжної літератури з даної проблематики дозволяє зробити висновок, що питання класифікації факторів, що роблять вплив на ефективність експорту, приділяється недостатньо уваги. Особливо це характерно для зарубіжних досліджень. У зв'язку з цим на основі вивченого матеріалу запропоновано власну комплексну класифікацію чинників ефективності експорту.

1. За сферою виникнення фактори, що впливають на ефективність господарської діяльності організації, а зокрема експорту, можуть бути як внутрішні (об'єктивні), так і зовнішні (суб'єктивні).

Внутрішні фактори пов'язані з діяльністю фірми, її зовнішньоекономічною маркетинговою стратегією, характеристиками менеджменту. Деякі вчені [1, 2, 3, 4] виділяють у їх складі дві групи:

1) основні фактори, що визначають результати діяльності роботи підприємства:

а) виробничі (засоби праці, предмети праці, праця);

б) позавиробничі (постачальницькі, збутові, соціального розвитку колективу, природоохоронні тощо);

2) неосновні фактори, що визначають роботу виробничого колективу, але не пов'язані безпосередньо з суттю показника, що характеризує експортну діяльність:

а) структурні зрушення у складі продукції;

б) порушення господарської і технологічної дисципліни.

Розглянемо детальніше відповідно до таблиці 1, які фактори ефективності експорту відносяться до внутрішніх, а які - до зовнішніх.

Таблиця 1

Фактори ефективності експорту

Внутрішні	Зовнішні
Експортна маркетингова стратегія	Характеристики галузі
• Загальна стратегія експорту	• Рівень нестійкості галузі
• Планування експорту організація експорту	• Інтенсивність технологічного розвитку галузі
• Застосування маркетингових досліджень	Характеристики зарубіжного ринку
• Адаптація продукції	• привабливість експортного ринку
• Цінова адаптація	• Експортні бар'єр
• Вид збутових каналів і їх адаптація	• Рівень конкуренції на експортному ринку
• Адаптація способів просування товарів	Характеристики внутрішнього ринку
Характеристика і компетенція фірми	• привабливість внутрішнього ринку
• Розмір фірми	Економічні
• Вік фірми	• Інвестиційний та інноваційний клімат в регіоні
• Фінансовий стан	• Розвиненість системи консалтингових і маркетингових компаній
• Технологія	• Взаємодія підприємств і НДІ



<ul style="list-style-type: none"> <li>• Положення фірми на міжнародному ринку (частка ринку, досвід роботи на світовому ринку)</li> </ul>	<p>Політико-правові</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Наявність міжнародних договорів про співпрацю</li> <li>• Наявність протекційних заходів в країні-імпортері</li> <li>• Нормативно-правове регулювання ЗЕД (експортні квоти, система дотацій і пільг)</li> </ul>
<p>Характеристики менеджменту</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Кваліфікація та навички топ-менеджерів</li> <li>• Володіння іноземними мовами</li> <li>• Досвід роботи менеджерів на зарубіжному ринку</li> <li>• Заняття на курсах підвищення кваліфікації, навчальних семінарах</li> </ul>	<p>Соціально-культурні</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Вікова і кваліфікаційна структура населення регіону</li> <li>• Рівень володіння іноземними мовами</li> <li>• Рівень володіння інформаційними технологіями</li> <li>• Мобільність персоналу</li> </ul>
<p>Підтримка експорту менеджментом</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Погляди і уявлення менеджменту</li> <li>• Активна мотивація на експорт</li> <li>• Зацікавленість в експорті</li> </ul>	<p>Технічні</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Розвиненість ринкової інфраструктури регіону</li> <li>• Розвиток телефонізації та зв'язку в регіоні (в тому числі доступ до мережі Інтернет)</li> <li>• Діяльність науково-дослідних установ</li> </ul> <p>Природно-кліматичні</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Географічне положення</li> <li>• Забезпеченість природними ресурсами</li> <li>• Кліматичні умови</li> </ul>

Зарубіжні вчені виділяють чотири групи внутрішніх факторів ефективності експорту: 1) експортна маркетингова стратегія; 2) підтримка менеджменту; 3) характеристики менеджменту; 4) характеристика і компетенція фірми. Виходячи з даних таблиці, можна зробити висновок, що фактори експортної маркетингової стратегії мають найбільший вплив на ефективність експорту.

Умови (фактори) зовнішнього середовища приймаються організацією як даність, оскільки їх змінити практично нема можливості. Зарубіжні вчені виділяють три групи зовнішніх чинників: це характеристики галузі, характеристики внутрішнього і зарубіжного ринків. У вітчизняній літературі більш поширеним є поділ зовнішніх факторів за сферою виникнення на економічні, політико-правові, соціально-культурні, технічні, природно-кліматичні. Зауважимо, що за допомогою цих груп чинників можна охарактеризувати як галузь, так і внутрішній і зовнішній ринки.

#### **Перелік посилань**

1. Васильєва Л.С. Финансовый анализ: учебник. 2-е изд., перераб. и доп. / Л.С. Васильева. - М.: КНОРУС, 2007. – 544 с.
2. Клишевич Н.Б. Финансы организаций: менеджмент и анализ: учеб. Пособие / Н.Б. Клишевич. - М.: КНОРУС, 2009. – 304 с.
3. Васильєва Н.А. Концептуальные подходы к исследованию стратегического потенциала предприятия [Текст]: учебник / Н.А. Васильева // Вестник СГСЭУ, 2009. - №5(29). – С. 66-68.
4. Zou S., Stan S. The Determinants of Export Performance: A Review of the Empirical Literature between 1987 and 1997. *International Marketing Review*. 1998. 15 (5).

**Голобородько Р.А., студент гр. 073м-17-2**

**Науковий керівник: Папіж Ю.С., доцент, к.е.н., доцент кафедри менеджменту,  
(Національний технічний університет «Дніпровська політехніка», м. Дніпро, Україна)**

## **ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ЕКСПОРТНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА**

Серед основних елементів організаційно-управлінського механізму експортної діяльності підприємств можна виділити сім основних блоків, кожен з яких є відносно самодостатньою системою [1]:

- аналіз причин та формування цілей виходу підприємства на зовнішній ринок;
- аналіз внутрішнього середовища;
- аналіз зовнішнього середовища;
- вибір підприємством форми виходу на зовнішній ринок;
- формування організаційної структури управління ЗЕД;
- управління експортною конкурентоспроможністю підприємства;
- оцінка ефективності та результативності управління експортної діяльності підприємства.

В зв'язку з вступом у 2008 році України в СОТ та прийняттям Закону України «Про ратифікацію Протоколу про вступ України до Світової організації торгівлі» [2] підприємства України в експортній діяльності вступили в нову фазу регулювання цін в ЗЕД кон'юнктурою попиту та пропозиції вільного світового торгового ринку.

Розробка експортної ринкової стратегії підприємства загалом має шість етапів [3]:

1. Всебічний аналіз зовнішньоекономічної діяльності підприємства:
  - становище підприємства на ринку товарів та послуг, що ним підприємством за теперішньої структури виробництва і збуту;
  - діяльність підприємства з позицій споживача товарів та послуг;
  - діяльність фірми з позицій ринку.
2. Аналіз майбутнього ринку:
  - співставлення становища підприємства з ємністю майбутнього ринку;
  - аналіз коливання кон'юнктури ринку на потенційні обсяги і умови збуту товарів і послуг.
3. Аналіз можливостей підприємства:
  - очікуваний обсяг зовнішньоекономічної діяльності;
  - доцільність переорієнтації на нові ринки збуту;
  - діяльність у новому середовищі та доцільність скорочення її в традиційних сферах і сегментах ринку.
4. Аналіз бюджетно-податкової політики:
  - бюджетно-податкова політика всередині країни та її вплив на підприємство;
  - бюджетно-податкова політика за кордоном та її вплив на підприємство.
5. Тенденції розвитку світової економіки і зовнішньоекономічних зв'язків і оцінка очікуваного впливу на умови функціонування підприємства:
  - прогностичні зміни в зовнішньоекономічній політиці різних країн, у їх загальногосподарській кон'юнктурі, тенденції розвитку світового ринку.
6. Результати всебічного аналізу зовнішньоекономічних зв'язків, прогностичних оцінок і перспективних умов розвитку на всіх п'ятьох етапах слугують вихідною базою для формування довгострокової стратегії поведінки підприємства.

Розробка довгострокової стратегії зовнішньоекономічної діяльності передбачає [4]:

- ✓ формування глобальної довгострокової цілі (місії) експортної діяльності;
- ✓ розробку альтернативних варіантів досягнення цілі експортної діяльності;
- ✓ поділ (декомпозицію) глобальної цілі експортної діяльності на кілька взаємозалежних підцілей;
- ✓ порівняння варіантів досягнення цілі експортної діяльності, вибір стратегічних альтернатив, оцінювання можливостей і наслідків їхньої реалізації і формування стратегії поведінки підприємства на зовнішньому ринку.

#### **Перелік посилань**

1. Управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства: навч. посіб. для вищ. навч. закладів / [Ю.В. Орловська, Г.В. Дугінець, П.А. Фісуненко та ін.; за ред. Ю.В. Орловської]; М-во освіти і науки України, ДВНЗ «Придніпровська держ. акад. буд-ва та архіт.». - Дніпропетровськ: ПДАБА, 2010. - 302 с.
2. Про ратифікацію Протоколу про вступ України до Світової організації торгівлі - Закон України від 10 квітня 2008 року N 250-VI. - [Електронний ресурс «Законодавство України» на Інтернет-сайті ВРУ] - Режим доступу <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=250-2008%>.
3. Рум'янцев А.П. Зовнішньоекономічна діяльність: навч. посібник / А.П. Рум'янцев, Н.С. Рум'янцева - К.: Центр навчальної літератури, 2004. - 377 с.
4. Шкурупій О.В. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства. Навчальний посібник / О.В. Шкурупій - К: ЦУЛ, 2012 - 304 с.

Госалов Ю.С., студент гр. ФМ-16-3

Науковий керівник: Загорудько В.Л., к.м., доцент кафедри менеджменту

(Національний технічний університет «Дніпровська політехніка», м. Дніпро, Україна)

## ОРГАНІЗАЦІЯ ЯК ФУНКЦІЯ ОПЕРАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

Щоб отримати розуміння що таке організація як функція операційного менеджменту треба спочатку визначитись що таке операційний менеджмент. Операційний менеджмент — це всі види діяльності, пов'язаної з навмисним перетворенням (трансформацією) матеріалів, інформації або покупців. [1]. Автор вважає, що операційний менеджмент полягає у раціональному управлінні операціями. Також він підкреслює, що ступінь участі фізичних товарів у цих операціях не важливий.

На мою думку, сутність операційного менеджменту найкраще виражають його функції(рис. 1).

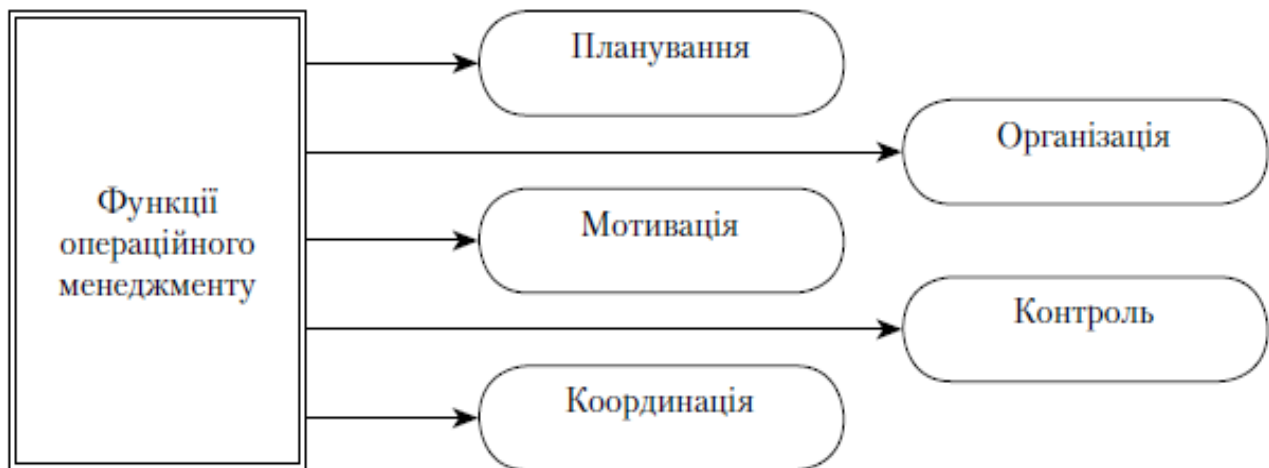


Рисунок 1– Функції операційного менеджменту

Розглянемо функції операційного менеджменту більш детально:

Функція планування впливає на вибір мети операційної системи, а також інструментів і механізмів її досягнення. Ця функція допускає використання моделювання для виконання операцій у заданому часовому полі; моделювання розвитку операційної системи для досягнення поставленої мети.

Функція організації. Операційні менеджери створюють і постійно розвивають її для реалізації прийнятих планів (програм) окремими виконавцями і підрозділами. Функція організації має забезпечувати чіткість виконання операцій, взаємозв'язок виконавців і підрозділів операційної системи і підвищувати ефективність праці.

Функція мотивації забезпечує виконання доручень, тобто прямих функціональних обов'язків. Завдання функції мотивації — забезпечити виконання роботи всіма працівниками відповідно до їх службових повноважень і розробленого плану. Мета функції мотивації — створення внутрішньої мотивації для виконавців.

Реалізація функції мотивації забезпечується менеджером завдяки формуванню ситуації, що спонукає до виконання роботи з найвищою віддачею. Це досягається за допомогою вмілого управління персоналом і адекватного стимулювання його праці.

Функція контролю — це систематичний процес, за допомогою якого операційні менеджери регулюють діяльність операційної системи, забезпечуючи її відповідність планам, цілям і нормативним показникам.

Функція координації є важливою в управлінні операційною системою. Без координації система перестає бути ефективною.» [2]

Але щоб довести ці функції до виконання потрібні певні методи. Ці методи поділяють на чотири групи(рис. 2).

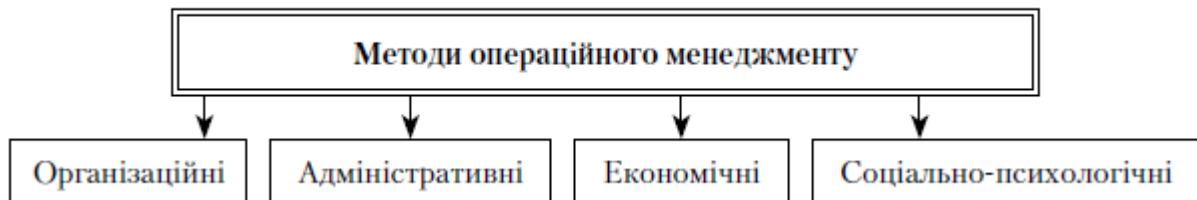


Рисунок 2 – Методи операційного менеджменту

Ми розглянемо організаційні методи. Їх сутність полягає в тому, що кожна діяльність повинна бути правильно організованою, тобто:

- нормованою;
- спроектованою;
- регламентованою;
- забезпеченою необхідними інструментами, що фіксують правила поведінки персоналу в різних ситуаціях;
- націленою.

Це означає, що спочатку треба збудувати фундамент фірми, і тільки потім нею буде можливо успішно керувати. Організаційні методи управління є пасивними і забезпечують базу для активних методів.

Отже, організація у операційному менеджменті відповідає за розроблення планів шляхом кооперації матеріальних і трудових елементів виробництва, а також допомагає людям, механізмам, та машинам ефективно функціонувати як єдина система.

#### **Перелік посилань**

1. Гэлловэй Л. Операционный менеджмент. Принципы и практика. – СПб.: Питер, 2000.- 320 с.
2. Лопатенко Л.О. Операційний Менеджмент. — К. : МАУП, 2007. — 128 с.

УДК 338.65

**Гришаніна О.О., к.е.н., асистент кафедри менеджменту**

*(Національний технічний університет «Дніпровська політехніка», м. Дніпро, Україна)*

## **УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНИМИ РЕСУРСАМИ ДЛЯ РОЗШИРЕНОГО ВІДТВОРЕННЯ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ВИРОБНИЦТВА ПРИ ЗМІНІ УМОВ ЕКСПЛУАТАЦІЇ РОДОВИЩА**

Економічним підґрунтям забезпечення рудною сировиною виробничої діяльності гірничо-збагачувальних підприємств є інвестиційна підтримка розширеного відтворення засобів виробництва відповідно до зміни умов експлуатації. Виробнича діяльність гірничо-видобувного підприємства визначається забезпеченістю, станом та ефективністю використання основних засобів виробництва, які є його матеріальною основою.

Н.М. Андрєєва зазначає [1], що технічний рівень більшості виробництв України відстає від рівня розвинутих країн якнайменше на 50 років, а пріоритети щодо технічного переозброєння і модернізації, які фактично сформувалися в Україні останніми десятиліттями, не відповідають вимогам часу та потребам навколишнього природного середовища. На сьогоднішній день серед нерозв'язаних проблем вітчизняної промисловості залишається істотне зношування основних фондів [2], яке по суті стало закономірним підсумком і наслідком безсистемного підходу до управління об'єктами виробничого комплексу, що реалізувався впродовж багатьох минулих років, коли кошти з амортизаційних відрахувань не направлялися на інвестування. Причому, як зазначають автори роботи [3], у потенційних інвесторів з розвинутих країн, вважається, що знос в 50% викликає велику вірогідність банкрутства.

Гірничо-збагачувальне виробництво характеризується високою фондомісткістю. Придбання, оновлення та поліпшення стану основних засобів на залізорудних підприємствах продовжуються в період їх експлуатації, тому що в процесі виробничої діяльності основні засоби поступово фізично і морально зношуються. Саме на показниках зносу основних засобів як гірничо-металургійних підприємств взагалі [4], так і залізорудних комбінатів зокрема [5] акцентують увагу науковці. Причому реалізація управлінських рішень з оновлення і удосконалення технологічного обладнання визначається основним резервом зростання ефективності використання основних засобів залізорудних комбінатів.

Для відновлення основних виробничих засобів до загально прийнятого у світовій практиці рівня потрібні значні обсяги інвестицій. Щорічний обсяг капітальних вкладень має складати, як зазначається в роботі [6], 20-25% середньорічної вартості товарної продукції.

На підставі проведеного дослідження встановлено, що існуюча наукова база щодо управління інвестиційними ресурсами достатньо розвинута на рівні загальних підходів до визначення обсягів та порядку інвестування з урахуванням мінливості бізнес-середовища.

По мірі поглиблення робочої зони кар'єру та за часом експлуатації родовища залізорудним підприємствам дедалі важче стає долати труднощі щодо підтримання обсягів та конкурентоспроможності своєї продукції. При збільшенні глибини експлуатації родовища спостерігається не тільки зношування основних засобів, більшою мірою, технологічного устаткування, але й погіршення умов виробничих процесів, що призводить до зниження обсягів залізорудної продукції та підвищення її собівартості. При цьому Р.С. Каренов [7] акцентує увагу на вичерпанні можливостей раціонального використання надр традиційними технологіями.

Вирішення названої проблеми, у першу чергу, пов'язане з впровадженням інноваційних технологій, які ґрунтуються на новітніх досягненнях науки. Отже, у ході виробничо-господарської діяльності гірничо-збагачувальний комбінат має формувати

інвестиційні ресурси для підтримання продуктивності основних засобів виробництва. Стосовно відкритої розробки родовища інвестування коштів має передбачати не тільки розширене відтворення основних засобів виробництва, але й забезпечувати еколого-економічну ефективність використання експлуатаційних запасів рудної сировини.

Втілення науково обґрунтованих управлінських рішень щодо оновлення техніки, технології і організації виробництва, які будуть передбачати раціональне використання природних, насамперед, мінерально-сировинних ресурсів, і охорону надр повинні бути спрямовані на створення відповідної системи управління інвестиційними ресурсами, яка буде ґрунтуватися на управлінському механізмі формування необхідних коштів. При цьому інвестиційні ресурси будуть формуватися шляхом їх накопичення як складової прибутку від реалізації залізородної продукції (концентрату), виробленої з урахуванням поетапного відпрацювання родовища (від багатой до бідної руди), а також еколого-економічного оцінювання варіантів формування збагачуваних рудопотоків в кар'єрі.

### **Перелік посилань**

1. Андреева Н.М. Сучасні аспекти екологізації інноваційної діяльності України в умовах трансформації вітчизняної економіки/ Н.М. Андреева, О.М. Мартинюк // Вісн. Хмельниць. нац. університету. – 2014. – № 3. – Т. 3. – С. 65–68
2. Кряжич О.О. Системне моделювання ризику настання економічних і соціальних наслідків на техногенно навантажених територіях України / О.О. Кряжич, І.В. Кременовська // Екологічна безпека та природокористування. – 2014. – Вип. 16. – С. 171-183 – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/ebpk\\_2014\\_16\\_19.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/ebpk_2014_16_19.pdf).
3. Амоша А.И. Проблемы приватизации сырьевых предприятий металл-лургической отрасли / А.И. Амоша, В.А. Зубанов // Вісник економічної науки України. – 2006. – № 1. – С. 6-17.
4. Васильцов Є.В. Фінансові аспекти продуктивності гірничо-металургійних підприємств України/ Є.В. Васильцов // БІЗНЕСІНФОРМ – 2013. – № 5. – С. 152-158. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.business-inform.net/pdf/2013/5\\_0/152\\_158.pdf](http://www.business-inform.net/pdf/2013/5_0/152_158.pdf)
5. Измайлова О.О. Аналіз ефективності використання основних засобів гірничо-збагачувальних підприємств / О.О. Измайлова – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://knu.edu.ua/Files/32\\_2012/73.pdf](http://knu.edu.ua/Files/32_2012/73.pdf)
6. Афанасьев Є.В. Стратегічні напрямки гірничо-металургійного комплексу щодо вирішення завдань загальнодержавної програми розвитку мінерально-сировинної бази України / Є.В. Афанасьев, В.Я. Нусінов // Ефективна економіка – 2013. – № 5. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=2061>
7. Каренов Р.С. Геотехнологические методы добычи полезных ископаемых как основа интенсивного освоения минерально-сырьевой базы Казахстана / Р.С. Каренов – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.rusnauka.com/30\\_NNM\\_2010/Economics/73080.doc.htm](http://www.rusnauka.com/30_NNM_2010/Economics/73080.doc.htm).

УДК 681.518.54

Дараган О.О., студентка гр. 073м-17-1

Науковий керівник: Дубсй Ю.В., к.е.н., доцент, кафедри менеджменту

(Національний технічний університет «Дніпровська політехніка», м. Дніпро, Україна)

## ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА НА ОСНОВІ ЛОГІСТИЧНИХ ЗАСАД РОЗВИТКУ

Збутова (розподільна) логістика – це комплекс взаємозалежних функцій, реалізованих у процесі розподілу матеріального потоку між різними оптовими покупцями. Функціональне забезпечення збутової логістики у взаємозв'язку з об'єктами й суб'єктами збуту на мікро- і макрорівнях представлено у табл. 1 [2, 3].

Таблиця 1

Функціональне забезпечення збутової логістики у взаємозв'язку з об'єктами й суб'єктами збуту на мікро- і макрорівнях

Організаційно-управлінські параметри збутової логістики	Характерний зміст параметрів	
Об'єкт	Товарно-матеріальний потік і супутні йому (генеровані ним) – інформаційний, фінансовий, сервісний потоки	
Суб'єкт	Учасники збутової мережі: – виробники; – посередницькі інститути, що агрегують різні функції просування товарно-матеріального потоку (торговельні й функціональні посередники); – кінцеві споживачі	
	На мікрорівні: відділ логістики; відділ збуту; склади; транспортний відділ; відділ інформаційного забезпечення; фінансовий відділ; відділ стандартизації і якості	На макрорівні: збутові організації; розподільні центри й склади; транспортні організації; страхові компанії; компанії інформаційної підтримки; торговельні організації; консультаційні фірми; споживчі союзи
Основні функції	Збут (функції обміну — передачі власності) Зберігання Транспортування	
	На мікрорівні: організація одержання й обробки замовлень; планування процесу реалізації; вибір упакування продукції, її комплектація й консервування; організація відвантаження	На макрорівні: побудова організаційної структури розподільних каналів і мережі; дислокація дистриб'юторських центрів (баз, складів) і інших ланок логістичної мережі в



	продукції; контроль над транспортуванням до місця споживання й доставка продукції споживачеві; організація післяпродажного обслуговування; облік руху готової продукції на складах	розподільних каналах; транспортування готової продукції, поворотної тари й відходів; складування, зберігання й вантажопереробки готової продукції в складській системі; керування запасами, консолідація й розосередження товарів; передача прав власності на готову продукцію; забезпечення схоронності й захисту товарів
Функції забезпечення	Стандартизація Фінансування Страхування від ризиків Інформаційне й наукове забезпечення Логістичний сервіс	
	На мікрорівні: підтримка стандартів якості готової продукції; розрахунки податкових платежів і прибутки, бухгалтерський облік; моніторинг виконання плану поставок продукції	На макрорівні: страхування ризиків; ціноутворення; інформаційно-комп'ютерна підтримка збуту й спеціальних логістичних функцій

Таким чином, збутова логістика орієнтована на забезпечення раціоналізації процесу фізичного просування продукції до споживача й формування системи ефективного логістичного сервісу, а також служить невід'ємною частиною загальної логістичної системи, забезпечуючи найбільш ефективну організацію розподілу виробленої продукції. Вона охоплює весь ланцюг розподілу системи: маркетинг, транспортування, складування й ін.

Головний напрямок збутової логістики – раціоналізація процесу фізичного розподілу наявного запасу матеріалів.

Розподільна логістика відповідає за оптимізацію процесу розподілу наявних запасів готової продукції до споживача відповідно до його інтересів і вимог.

Розподільна діяльність вимагає істотних витрат на її виконання. Основна частина цих витрат пов'язана з виконанням ключових логістичних операцій: складуванням, переробкою, транспортуванням, експедируванням, підготовкою продукції до виробничого споживання, збором, зберіганням, обробкою й видачею інформації про замовлення, запаси, поставки і т.д. Ці витрати за своїм економічним змістом частково збігаються з витратами, що виникають у процесі виробництва, але в більшій мірі викликані транспортно-складськими витратами, витратами на упакування й тару, а також витратами, пов'язаними з завезенням товарів і їх відправленням споживачам, і іншими складовими витратами обігу. Сукупні логістичні витрати на локальному рівні визначаються (і плануються) виходячи із сум продажів, у вартісному вираженні розраховуючи на одиницю маси готової продукції, призначеної до реалізації, або у відсотках від вартості чистої продукції.

Завдання збутової логістики [2]:

- доправити споживачеві продукцію вчасно;
- доправити споживачеві продукцію в потрібній кількості;
- доправити споживачеві продукцію без шкоди для її якості;
- доправити споживачеві продукцію з мінімальними витратами.

У процесі вирішення завдань збутової логістики необхідно знайти відповіді на наступні питання:

- 1) За яким каналу довести продукцію до споживача?
- 2) Як упакувати продукцію?
- 3) За яким маршрутом відправити?
- 4) Чи потрібна логістиці мережа складів? Якщо так, то яка, де й скільки.
- 5) Який рівень обслуговування забезпечити?

Принципова відмінність розподільної логістики від традиційних методів збуту й продажу полягає:

–у підпорядкуванні процесу керування матеріальними й інформаційними потоками цілям і завданням маркетингу;

–системному взаємозв'язку процесу розподілу із процесами виробництва й закупівель (у плані керування матеріальними потоками);

–системному взаємозв'язку всіх функцій усередині самого розподілу.

Збутова логістика планує й забезпечує та здійснює:

- постійне вивчення споживчого попиту;
- вивчення товарів, створюваних конкурентами;
- збір повної інформації про товари власного виробництва;
- пошук реальних і потенційних замовників, створення, підтримка й розвиток зв'язків з ними;

–висування пропозицій про шляхи пристосування власного виробництва до потреб споживачів з метою їх максимального задоволення;

–вибір каналів збуту продукції, посередників;

–організацію поставок і їх контроль;

–участь у формуванні стратегії й тактики підприємства при плануванні виробництва й витрат.

Отже, збутова логістика шукає шляхи й засоби оптимізації каналів збуту. Існування ж численних способів організації збуту дозволяє найбільше повно використовувати потенціал логістики.

#### **Перелік посилань**

1. Гаджинский А.М. Логистика [Текст]: учебник / А.М. Гаджинский. – 20-е изд. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2012. – 484 с.

2. Голиков Е.А. Маркетинг и логистика / Е.А. Голиков. – М : Издательский дом «Данников и компания», 2009. – 312 с.

3. Демиденко В.В. Логістичне забезпечення інноваційного розвитку промислового виробництва / В.В. Демиденко // Економіка та держава. – 2006. - № 2. – С. 45-53.

4. Дудар Т.Г. Основи логістики [Текст : навч. посіб./ Т.Г. Дудар, Р.В. Волошин. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 176 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://pidruchniki.com/1584072050910/logistika/osnovi\\_logistiki](http://pidruchniki.com/1584072050910/logistika/osnovi_logistiki).

УДК 681.518.54

Дєв'яцька М.В., студентка гр. 073м-17з-1

Науковий керівник: Папіж Ю.С., доцент, к.е.н., доцент, кафедри менеджменту,  
(Національний технічний університет «Дніпровська політехніка», м. Дніпро, Україна)

## **ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ КОНЦЕПЦІЇ АУТСОРСИНГУ ЯК СТРАТЕГІЧНОГО ПІДХОДУ ДО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ**

Аутсорсинг – це вид стратегічного партнерства в сучасному бізнесі. Використання аутсорсингової логістичної схеми дозволяє компанії знизити витрати на бізнес-процеси шляхом мінімізації інвестицій в логістику. В стратегічному плані використання аутсорсингу дозволяє компанії сконцентруватися на профільному бізнесі без відволікання ресурсів на логістику [1].

Концепція аутсорсингу, в основному, сформульована в роботах західних вчених. Одне з найпоширеніших визначень аутсорсингу, а також його основні положення дав Дж. Хейвуд. Серед відомих робіт за кордоном з дослідження аутсорсингу, виділяються праці І. Ансоффа, Т. Пітерса, Р. Аалдреса, Д. Траута, С. Клементса, М. Доннеллана. Переваги та недоліки переходу на аутсорсинг викладені Е. Йорданом і Д. Дойлом. Істотний внесок у дослідження проблем аутсорсингу внесли російські вчені Б.А. Анікін, Г.Л. Азоев, В.І. Данілін, Є.Г. Гінзбург, С.О. Календжян, Г.А. Морозов, С.І. Парінов, З.П. Румянцев, Д. Михайлов, І.Л. Рудата ін. У дослівному перекладі з англійської мови аутсорсинг (outsourcing) - означає залучення зовнішніх ресурсів для задоволення власних потреб [2]. Концепція аутсорсингу як принцип нової стратегії управління була створена в 1963 р. компанією «Electronic Data System» (EDS), що спеціалізується і понині на аутсорсингу інформаційних технологій, або ІТ-аутсорсингу. Однак об'єктом наукових досліджень аутсорсинг став лише в 80-90-х рр. минулого століття. Саме з цього моменту стали з'являтися публікації, в яких за допомогою побудови різноманітних моделей економісти та практики намагалися знайти оптимальну стратегію впровадження аутсорсингу, а також публікації, присвячені всіляким аспектам використання аутсорсингу в діяльності компанії [30]. Сьогодні аутсорсинг має таке ж значення, яке надавалося реінжинірингу в 1990-і рр. Ще років десять тому це поняття рідко згадувалося, а тепер аутсорсинг настільки ж звичайний, як і основні функції компаній - дослідження і розробки, виробництво і робота з персоналом [3].

Базова концепція аутсорсингу зводиться до трьох основних принципів [4]:

- кожен повинен займатися своєю справою і мати можливість сконцентруватися тільки на ньому;
- рішення супутніх завдань завжди можна доручити тому, хто справиться з ними краще;
- такий розподіл роботи заощаджує кошти замовника і приносить дохід виконавцеві.

Основними відмінними рисами аутсорсингу від інших видів співробітництва є:

- ✓ сувора залежність аутсорсера від потреб замовника і зворотного процесу, заснованого на спеціалізації аутсорсера; він є найкращим виконавцем необхідних замовнику функцій на ринку. На ринку представлені відносини співпраці, які мають в основі будь-які форми взаємовигідної взаємодії;
- ✓ відносини чітко обмежені рамками виконуваного бізнес-процесу, що дозволяє говорити про зниження ризику втрати конфіденційності комерційної інформації, властивої іншим видам співробітництва;

✓ основним критерієм міцності взаємного співробітництва стає вдосконалення тільки одного бізнес-процесу, тоді як розвиток більшості відносин співробітництва полягає в обміні досвідом та вдосконаленні по всіх зв'язаних напрямках розвитку підприємницьких структур [5].

Мета застосування аутсорсингу – використання передових бізнес-технологій і ноу-хау для завоювання та утримання конкурентних переваг в умовах загострення відносин між організаціями, що передають і приймають на себе виконання окремих видів діяльності на основі укладених довгострокових угод. Практичним результатом застосування аутсорсингу є можливість спрямувати власні ресурси підприємства на виконання тих функцій, які становлять його сильний бік, на те, що компанія вміє робити краще за інших, та надавши зовнішньому виконавцю (аутсорсеру) ті функції, які він вміє виконувати краще за інших. Тим самим підприємство може зосередити у своїх руках новітні досягнення в галузі науки, техніки і технологій, забезпечивши максимальне задоволення очікувань споживача, максимальну відповідність вимогам ринку.

### **Перелік посилань**

1. Родликов А.Н. Логистика: терминологический словарь / А.Н. Родликов. – М.: Экономика, 1995. – С. 122.
2. Райзберг Б.А. Современный экономический словарь / Б.А. Райзберг, Л.Ш. Лозовский, Е.Б. Стародубцева. - М.: ИНФРА-М, 2007. – 495 с.
3. Романова А.Н. Целесообразность аутсорсинга на предприятии / А.Н. Романова, С.А. Студеникина // Справочник экономиста. - 2010. - №11. - С. 19-23.
4. Мухина И.С. Анализ существующих подходов к оценке эффективности использования аутсорсинга / И.С. Мухина // Корпоративное управление. 2008. - № 6. - С.111-114.
5. Микало О.І. Аналіз та класифікація форм аутсорсингу / О.І. Микало. – Економічний простір. – 2010.- № 37.– С. 216-222

УДК 681.518.54

**Жидик О.О.**, студентка групи 073м-17з-2

**Науковий керівник:** Папіж Ю.С., доцент, к.е.н., доцент, кафедри менеджменту,  
 (Національний технічний університет «Дніпровська політехніка», м. Дніпро, Україна)

## ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА ПРИ ЗДІЙСНЕННІ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Конкурентна стратегія - це спосіб отримання стійких конкурентних переваг підприємства шляхом конкурентної боротьби, задоволення різних і мінливих потреб покупців краще, ніж це роблять конкуренти. Конкурентні стратегії складаються з ряду підходів і напрямів, що розробляються керівництвом підприємства з метою досягнення як найкращих показників роботи в конкретній сфері діяльності.

Слід зазначити, що процес формування конкурентної стратегії повинен характеризуватися комплексністю та завершеністю. Результатом досліджень останніх публікацій сучасних вітчизняних і зарубіжних науковців є таблиця процесу розробки конкурентної стратегії з подальшою її реалізацією (табл. 1).

Таблиця 1

Етапи розробки та реалізації конкурентної стратегії підприємства

Етап	Характеристика етапів
Встановлення цілей	Розробка та встановлення коротко-, середньо- і довготермінових цілей підприємства потребує зваженого підходу, оскільки це фундамент у виборі конкурентної стратегії.
Аналіз зовнішнього середовища	Процес моніторингу організаційного оточення підприємства, що ідентифікується з поточними і майбутніми погрозами та сприятливими можливостями, які можуть впливати на досягнення її мети.
Дослідження внутрішнього середовища підприємства	Виявлення внутрішніх змін підприємства, які можуть розглядатися як його сильні сторони, оцінка їх важливості та можливості стати основою конкурентних переваг. Аналіз включає дослідження макросередовища (порівняння ресурсів фірми й ефективності їх використання з іншими організаціями для вибору оптимального конкурентного розвитку) і мікросередовища (по конкретній стратегічній зоні господарювання: дослідження ресурсів в даній СЗГ; визначення стратегічного конкурентного потенціалу по кожній СЗГ і по підприємству в цілому).
Визначення мети і постановка завдань	Визначення, на основі комплексного аналізу зовнішнього і внутрішнього середовища, обмежень в діяльності підприємства, погроз і можливостей, перспектив розвитку. Реалізація обраної стратегії потребує формування набору стратегічних альтернатив, які враховують специфіку цільового ринку.
Аналіз стратегічних альтернатив і вибір стратегії	Групи критеріїв вибору альтернатив: реакція на можливості / погрози зовнішнього середовища; отримання конкурентних переваг; відповідність цілям підприємства; реальність стратегії; врахування взаємозв'язків з іншими стратегіями підприємства (стратегіями різного рівня); відповідність стратегічним, фінансовим цілям і обмеженням. Найбільш поширеними методами оцінки вірогідної економічної дії кожної альтернативи на майбутнє підприємства є розробка сценаріїв, аналіз

	портфелю замовлень, аналіз життєвого циклу, експертні оцінки тощо.
Планування реалізації	Розробка детального плану втілення у реальність обраної стратегії з визначенням термінів поетапної реалізації та очікуваних результатів.
Реалізація стратегічних рішень	Здійснюється у напрямках: 1) використання адміністративних важелів; 2) за допомогою економічних важелів, шляхом формування бюджету, застосування системи показників та управління за цілями. Важливо, щоб всі стратегічні рішення були доведені до конкретних виконавців у вигляді затверджених планів, наказів, розпоряджень тощо.

Проте, наведений перелік етапів та процедур на кожному з них не слід вважати універсальним, оскільки у окремій реальній ситуації необхідно враховувати поточні внутрішні та зовнішні обставини. Кожен етап має самостійне значення і вимагає застосування специфічних, з погляду розробки і реалізації конкурентних стратегій, процедур і методик.

Таким чином, для розроблення чи зміни конкурентної стратегії компанії необхідно постійно проводити стратегічний аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища компанії. Під стратегічним аналізом зовнішнього середовища фірми розуміється аналіз сукупності зовнішніх факторів, які впливають або можуть вплинути на діяльність компанії та не залежать від внутрішніх переваг або недоліків самої компанії.

#### **Перелік посилань**

1. Смоленюк П.С. Обґрунтування конкурентної стратегії підприємства / П.С. Смоленюк // Інноваційна економіка. – 2012. - № 3 (29). – С. 86-93.
2. Ансофф И. Стратегическое управление: сокр. пер. с англ. / И. Ансофф / Науч. ред. и авт. предисл. Л.И.Евченко. - М.: Экономика, 1989. - 519 с.
3. Любушин Н.П. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия: учеб. пособие для вузов / Н.П. Любушин, В.Б. Лещева, В.Г. Дьякова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2001. – 471с.
4. Горелов Д.О. Стратегія підприємства / Д.О. Горелов, С.Ф. Большенко // Харків: Вид-во ХНАДУ, 2010. - 133 с.
5. Лупак Р.Л. Економічні основи забезпечення конкурентоспроможності підприємства в умовах ринкових відносин / Р.Л. Лупак // Науковий Вісник НЛТУУ: Зб. наук.-техн. Праць – Львів: НЛТУУ. – 2010, вип. 20.6. – С. 248 – 252.
6. Маркова В.Д. Стратегический менеджмент: курс лекцій / В.Д. Маркова, С.А. Кузнецова. – М.: ИНФРА-М; Новосибирск: Сибирское соглашение, 1999. – 288с.

УДК 336.64

**Казаченко Д.А., магістрант**

**Науковий керівник: Крилова О.В., к.т.н., доц., доц. кафедри,**

*(Національний технічний університет «Дніпровська політехніка», м. Дніпро, Україна)*

## **ТЕОРЕТИЧНЕ ПІДРУНТЯ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ СТІЙКІСТЮ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА**

В ринковій економіці основою стабільності стану промислового підприємства є його стійкість. В нестабільних фінансових умовах у значній кількості вітчизняних підприємств простежується зменшення платоспроможності. Однак, фінансове оздоровлення та поліпшення фінансового стану промислового підприємства необхідно проводити на самому початку погіршення становища, а не тоді, коли воно перебуває на межі банкрутства.

В економічній літературі існують різні визначення фінансової стійкості підприємства.

І.А. Бланк [1] визначає фінансову стійкість як характеристику стабільності фінансового стану підприємства, що забезпечується високою часткою власного капіталу в загальній сумі фінансових ресурсів, які використовуються. Г.В. Савицька [2] трактує фінансову стійкість підприємства, як здатність суб'єкта господарювання функціонувати і розвиватися, зберігати рівновагу своїх активів і пасивів у мінливому внутрішньому і зовнішньому середовищі, що гарантує його платоспроможність та інвестиційну привабливість у довгостроковій перспективі в межах допустимого рівня ризику. О.Я. Базилінська [3] фінансову стійкість підприємства визначає як залежність підприємства від ефективного управління фінансовими ресурсами, що характеризується оптимальною структурою активів, оптимальним співвідношенням власних і позикових коштів, активів та джерел їх фінансування

На думку В.М. Івахненко [4] фінансова стійкість відображає збалансованість засобів та джерел їх формування, доходів і витрат, грошових і товарних потоків, оцінюється на підставі співвідношення власного і залученого капіталу підприємства, темпів нагромадження власних засобів внаслідок господарської діяльності, співвідношення довгострокових і поточних зобов'язань, достатності забезпечення матеріальних оборотних засобів власними джерелами. Ю.С. Цал-Цалко [5] характеризує фінансову стійкість як рівень забезпеченості потреб господарської діяльності фінансовими ресурсами щодо їх наявності, розміщення і використання. Тобто, запорукою виживання підприємства є ефективне використання фінансових ресурсів, під якими розуміють відношення результату до витрат на його одержання, а збільшення цього відношення свідчить про підвищення ефективності господарської діяльності.

І.В. Фурман [6] наголошує на тому, що управління фінансовою стійкістю являє собою систему принципів і методів розробки та реалізації управлінських рішень, які на основі діагностики стану фінансової стійкості, виявлення факторів, що дестабілізують стійкість розвитку, дозволяють привести цілі та завдання діяльності підприємства у відповідність до умов внутрішнього і зовнішнього середовища, забезпечити збалансованість формування, розподілу та використання фінансових ресурсів на всіх стадіях відтворювального процесу.

Головним завданням управління фінансовою стійкістю підприємства є [7] забезпечення оптимальної структури його активів, що дасть змогу забезпечити платоспроможність підприємства та, як результат, його фінансову стійкість. В табл.1 визначено етапи розроблення механізму управління фінансовою стійкістю підприємства та надано їм характеристику [8].

Таблиця 1

Послідовність етапів розроблення механізму управління фінансовою стійкістю підприємства [8]

Етапи	Характеристика
1. Визначення цілей суб'єктів та об'єктів управління	об'єкти – діяльність підприємства або його окремого підрозділу, певний виробничий процес, фінансова діяльність, прибуток, фінансові ресурси; суб'єкти – керівники вищої ланки, фінансові менеджери, фінансові служби і відділи, аналітики з фінансової безпеки; мета – забезпечення оптимального рівня фінансової стійкості підприємства
2. Виявлення елементів об'єкта управління	оцінювання поточного стану та рівня фінансової стійкості; визначення та оцінювання чинників, що впливають на елементи управління
3. Визначення методів впливу на чинники управління	застосування інструментарію управління фінансовою стійкістю: засоби, методи, важелі, способи здійснення
4. Розроблення стратегії забезпечення фінансової стійкості підприємства	узгодження цілі розробленої стратегії із загальною стратегією підприємства
5. Реалізація стратегії	–
6. Моніторинг	аналіз фінансової стійкості підприємства; контроль за виконанням завдань та досягнення мети діяльності підприємства (забезпечення оптимального рівня фінансової стійкості підприємства); коригування процесу реалізації стратегії

Отже, фінансова стійкість промислового підприємства залежить від ефективного управління фінансовими ресурсами та в цілому визначається оптимальною структурою активів, співвідношенням власних і позикових коштів, активів та джерел їх фінансування.

#### Перелік посилань

1. Бланк И.А. Финансовый менеджмент: учебный курс / И.А. Бланк. – К : Ника-Центр; Эльга, 2001. – 528 с.
2. Савицька Г.В. Економічний аналіз діяльності підприємства / Г.В. Савицька. – К.: Знання, 2005. – 662 с.
3. Базілінська, О. Я. Фінансовий аналіз теорія і практика / О. Я. Базілінська. – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 328 с.
4. Івахненко В.М. Курс економічного аналізу: [навч. посіб.] / В.М. Івахненко. К.: ЗнанняПрес, 2000. – 208 с.
5. Цал-Цалко Ю. С. Фінансовий аналіз / Ю. С. Цал-Цалко. – К.: Центр учбової літератури, 2008. – 566 с.
6. Фурман І.В. Процес управління фінансовою стійкістю підприємства та шляхи його вдосконалення / І.В. Фурман // Економіка. Менеджмент. Бізнес – № 1 (19), – 2017 – С.31-36
7. Шандова, Н. В. Розробка механізму управління стійким розвитком підприємств машинобудування / Н. В. Шандова // Актуальні проблеми економіки. – 2007. – № 2. – С. 101-105.
8. Філонич О.М. Процес управління фінансовою стійкістю підприємства та шляхи його вдосконалення / О.М. Філонич, Я.О. Дряпак// Економіка і регіон - ПолтНТУ– № 1 (32), – 2012 – С.199-202



**Кейлер Є. Є.** здобувач вищої освіти 2 курсу освітньо-кваліфікаційного рівня магістр спеціальності «Менеджмент». [kejler@ukr.net](mailto:kejler@ukr.net)

**Науковий керівник: Торяник Ж.І.** к.е.н., доцент кафедри менеджменту та соціально-гуманітарних дисциплін. [Zhannator17@gmail.com](mailto:Zhannator17@gmail.com)

(Харківський навчально-наукового інституту ДВНЗ «Університет банківської справи»)

## КЛІЄНТСЬКА БАЗА БАНКІВ: ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ

Передумовою стабільного розвитку фінансового сектору та зростання економіки в цілому є підвищення рівня довіри споживачів фінансових послуг, який в Україні є дуже низьким. Сьогодні за даними НБУ лише 5% українців довіряють банківській системі. Тому актуальним є пошук нових науково-обґрунтованих інструментів оцінки та визначення фінансової цінності клієнтської бази, яка впливає на стабільність, конкурентоспроможність та рівень довіри банків.

При спробах залучити нових клієнтів банки мають аналізувати тенденції, що складаються на ринку країни та банківському ринку, зокрема. Завдяки висвітленню інформації на офіційному сайті Національного банку України можна відмітити, що згідно з даними звітності станом на 01.01.2017 р. банки обслуговували 74,8 млн. клієнтів – юридичних та фізичних осіб резидентів і нерезидентів, які відкрили поточні та вкладні (депозитні) рахунки, з них: 72,7 млн. – фізичні особи; 2,1 млн. – суб'єкти господарювання, у тому числі 1,1 млн. – фізичні особи-підприємці та 0,015 млн. – небанківські фінансові установи; 0,006 млн. – бюджетні установи. Станом на 01.01.2018 р. 82 діючих банки обслуговували 63,4 млн. клієнтів, з них 2,1 млн. – клієнти суб'єкти господарської діяльності (у.т.ч. 1,1 млн. - ФОП), 61,3 млн. – клієнти фізичні особи.

Кількість клієнтів, рахунків та населення за період з 01.01.2010 по 01.01.2018 рр. представлена на рис. 1.

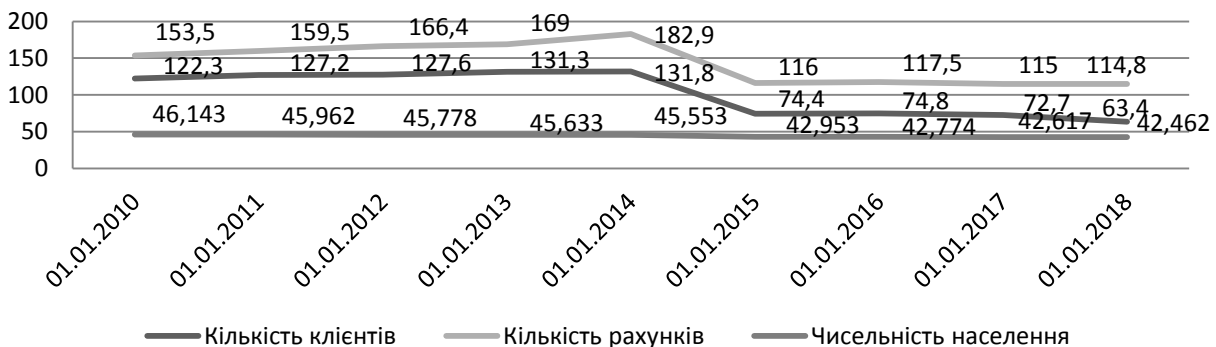


Рисунок 1 – Кількість клієнтів, рахунків та населення станом за період з 01.01.2010 по 01.01.2018 рр., млн.

Дані рис. 1 наглядно зображують тенденції щодо кількості рахунків, клієнтів (фізичних та юридичних осіб) та чисельності населення. Так, кількість населення України щороку зменшується (згідно з офіційними даними Держкомстату) та станом на 01.01.2018р. складає 42,462 тис. осіб, що менше в порівнянні, наприклад, з 01.01.2017р. на 155 тис. осіб. Протягом 2013 р. можна побачити катастрофічне зниження всіх досліджуваних показників, це пов'язано, насамперед, з політичною, економічною ситуацією в країні. Та вже протягом 2014 року кількість клієнтів, яка обслуговується в банках збільшилась на 0,4 млн, проте останні 2 роки спостерігається тенденція до зниження всіх показників.

Потрібно наголосити, що обслуговування фізичних осіб з кожним роком стає все більш популярним серед найбільших вітчизняних банків. Не дивлячись на те, що в Україні існує

ряд бар'єрів, які стримують стрімке поширення банківського обслуговування приватних споживачів (перешкоди технічного, соціокультурного, ментального, психологічного характеру), до 2013 р. високими темпами зростала кількість користувачів банківських послуг серед українського населення. При цьому більш ніж наполовину у 2013 р. таке зростання було забезпечене за рахунок зростання депозитних вкладів саме від фізичних осіб, що свідчило про довіру до банківської системи та підвищення доходів і заробітної плати громадян України. Але за період 2014-2015 рр. відбулося скорочення депозитів фізичних осіб, що пов'язано зі зниженням реальних грошових доходів громадян, рівнем інфляції, але поступово після цього обсяги пасивів банківських установ почали збільшуватися і у вересні 2018 р. відбулося збільшення коштів фізичних осіб на 25310 млн. грн. і цей показник досяг позначки 503,4 млрд. грн.

Низький рівень довіри до банківської системи вимагає адекватних механізмів захисту прав споживачів фінансових послуг у разі виникнення конфліктів та розв'язання спорів між споживачами та фінансовими установами.

Так, у жовтні 2018 р. в Парламент було подано на розгляд законопроекти №2456-д «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо удосконалення захисту прав споживачів фінансових послуг» та №8055 «Про устанovu фінансового омбудсмена». Законопроект №2456-д передбачає конкретні санкції за порушення прав споживачів, такі як надання споживачу неповної чи недостовірної інформації, ненадання примірника договору, неповідомлення споживача про зміну процентної ставки тощо. Згідно з цим законопроектом регулятори фінансового сектору будуть виконувати функцію захисту прав споживачів, кожний у своїй сфері компетенції. Інший важливий законопроект №8055 – запровадить інститут фінансового омбудсмена як альтернативний та неупереджений канал розгляду спорів між споживачами та фінансовими установами. У разі успішного глосування за ці законопроекти, в Україні буде створено абсолютно нову систему захисту прав споживачів фінансових послуг, а українці будуть захищені від недобросовісних дій фінансових установ.

Нацбанк та інші фінансові регулятори не мають повноважень притягнути фінансову устанovu до відповідальності. Тому в своїх відповідях на скарги споживачів лише роз'яснюють законодавство. Держпродспоживслужба взагалі не вирішує фінансових питань. А до Фонду гарантування вкладів фізичних осіб звертаються лише зі скаргами, які стосуються системи гарантування вкладів.

У світовій практиці існує два способи врегулювання спорів між фінансовими установами та їх клієнтами: за допомогою судової системи й позасудового (альтернативного) розв'язання конфліктів – фінансовим медіатором, колегією по розгляду скарг або фінансовим омбудсменом. При цьому останні механізми вважаються найбільш ефективними, адже врегулювання спорів через суд є витратним і тривалим у часі.

Таким чином, наявність стабільної клієнтської бази є необхідною передумовою ведення банківського бізнесу, тому всі аспекти бізнесу повинні бути орієнтовані на оптимальне формування та управління клієнтською базою банку, достатньою для забезпечення прибутку в результаті його діяльності.

### **Перелік посилань**

1. Аналітичний огляд банківської системи України за 2017 р. // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://rurik.com.ua/documents/research/bank\\_system\\_3\\_kv\\_2017.pdf](http://rurik.com.ua/documents/research/bank_system_3_kv_2017.pdf)
2. Коваленко В. А. Методичні підходи до формування клієнтської бази банку контексті фінансово-кредитних взаємовідносин [Текст] / В. Коваленко [Електронний ресурс]. — Режим доступу :<http://eforum-lntu.com/assets/files/articles/2013/4/29.pdf>

**Кірцова Д.О.** студентка гр. ФМ-16-3

**Науковий керівник: Загорудько В.Л., к.м., доцент кафедри менеджменту**

*(Національний технічний університет «Дніпровська політехніка», м. Дніпро, Україна)*

## **СТРУКТУРА ОПЕРАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ: ПОНЯТТЯ, ВИДИ, ОСНОВНІ НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ**

Операційний менеджмент формально репрезентується як сфера менеджменту, який пов'язаний з виробництвом товарів і послуг, що передбачає використання спеціалізованих методів і прийомів для вирішення виробничих завдань. До кола обов'язків операційних менеджерів входить уся діяльність організації, що стосується перетворення вхідних ресурсів на виробничий випуск [1, с.9]. Операційна система створюється та функціонує з урахуванням стратегії операційної діяльності, яка у свою чергу є однією з функціональних стратегій (субстратегій) розвитку організації [2, с.32].

Відповідно до підсистем операційного менеджменту визначаються і його функції, які можна поділити на технологічні і управлінські. На відміну від працівників виробництва, які не мають відношення до управління і виконують тільки виробничо-технологічну функцію, в обов'язки менеджера входять не тільки вирішення управлінських задач, а й виробничих [3, с.45].

Найбільш поширеними видами операційних систем є наступні:

1. Проста детермінована замкнута система в рамках проектного або дрібносерійного виробництва, прикладом якої є предметно-замкнута ділянка, що випускає один або трохи видів продукції на невеликій кількості обладнання за наявності значних запасів сировини.

2. Складна детермінована безперервна замкнута система, прикладом якої є робота роботизованого цеху (лінії, ділянки).

3. Складна імовірнісна відкрита система дрібносерійного чи масового виробництва, прикладами якої є більшість підприємств, що займаються випуском продукції в ринкових умовах.

4. Дуже складна імовірнісна відкрита система масового виробництва, прикладами якої є найбільш великі підприємства, що мають значну кількість постачальників і посередників [4, с.98].

Операційні системи відповідають таким вимогам:

- ОС має бути стабільною, тобто при перетвореннях вона повинна зберігати відносно постійний склад та структуру своїх основних елементів.
- Часовий обрій операційної стратегії завжди менше тимчасового обрію загальної стратегії на величину (різниця між мінімально необхідним терміном стабільності операційної системи і періодом приходу істотних інновацій) [6, с.45].
- Ефективність операційного менеджменту на підприємстві передбачає кілька найважливіших елементів, що визначають життєздатність системи - це стратегічне планування, управління персоналом і система контролю над виконанням поставлених цілей [5, с.78].

Прогрес у розширенні сфери застосування операційних систем призвели до революції в їх проектуванні. На даний момент існує декілька різновидів операційних систем, що активно розвиваються.

Система автоматизованого проектування (САПР). Дозволяє розробнику продукції виконувати роботу, яку раніше доводилось робити вручну: створювати необхідну документацію по проекту; різко прискорювати розробку і креслення проекту.

Автоматизована система управління виробництвом (АСУВ). Низка технологій, які дозволяють керувати і контролювати роботу устаткування за допомогою комп'ютера.

Комп'ютер може передавати на керовану ним одиницю устаткування новий набір команд і змінювати виконуваним устаткуванням задачу.

Система автоматичного складування і видачі товарів (САС). Передбачає використання керованих комп'ютером підйомнотранспортних пристроїв, що закладають товари на склад і вилучають їх звідти по команді. Комп'ютер стежить за тим, де саме знаходиться кожен товар.

Гнучка виробнича система (ГВС). Поєднання системи автоматизованого проектування, автоматизованої системи управління виробництвом та системи автоматичного складування і видачі товарів. Дозволяє скоротити витрати на переналадження устаткування, що забезпечує економічність виробництва невеличких партій виробів.

Інтегрована автоматизована система управління виробництвом (ІАСУВ). Сполучення технологій системи автоматизованого проектування, автоматизованої системи управління виробництвом, системи автоматичного складування і видачі товарів у системі, що працює під управлінням інтегрованої інформаційної керуючої системи[7, с.308].

Таким чином, операційна система являє собою злагоджений механізм функціонування підприємства, установи чи організації. Такий механізм складається з сукупності елементів або підсистем, які між собою взаємопов'язані. В основному виділяють три таких підсистеми – це управлінська, переробна та забезпечувальна. Структура операційної системи підприємства забезпечує виконання усіх функцій менеджменту, визначає права й обов'язки на управлінських рівнях. Від операційної структури залежить ефективна діяльність підприємства, його виживання та розвитку.

Слід зазначити, що будь-які зміни зовнішніх чинників призводять до різноманітних змін в самій операційній системі, які можуть мати як позитивні, так і негативні наслідки, а від цього залежить прибутковість підприємства. Тому, операційна система повинна бути пристосована до таких змін і відповідно реагувати з метою забезпечення постійності своєї ефективності. Сучасний етап розвитку економіки України ставить нові вимоги до побудови операційних структур підприємства. Так, забезпечення широких можливостей для підприємництва зумовлює необхідність наступних змін в операційній структурі: посилення функцій, зв'язаних з маркетингом; підвищення ролі стратегічного планування на вищих рівнях управління; здійснення системної оцінки керівних кадрів з врахуванням комплексних результатів їх праці.

### **Перелік посилань**

1. Мескон А.Х., Альберт М., Хедоуи Ф. Основы менеджмента: Перевод с англ. – М.: Дело, 1992- 365 с.
2. Хміль Ф.І. Основы менеджмента: Підручник – 2-ге вид., випр. і доп. – К.: Академвидав, 2007.- 576 с.
3. Михайловська О.В. "Операційний менеджмент". Навчально-методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни. – К. Кондор, 2008 – 550 с.
4. Гэлловей Л. Операционный менеджмент: Принципы и практика. Пер. с нем.: Питер, 2002. - 320 с.
5. Михайловська О.В. "Операційний менеджмент". Навчально-методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни. – К. Кондор, 2008 – 550 с.
6. Плоткін Я.Д., Пашенко І.Н. Виробничий менеджмент. - Львів: ІВЦ "ШТЕЛЕКТ+", 1999.- 405с.
7. Капінос, Г. І. Операційний менеджмент: Навч. посібн. Реком. МОНУ для студ. ВНЗ / Г. І. Капінос, І. В. Бабій. – К.: ЦУЛ, 2013. – 352с.

**УДК371.315:330.341**

**Кобзєв А.В., магістрант**

**Науковий керівник: Гулик Т.В, к.е.н., доцент кафедри економіки та підприємництва  
(Національна металургійна академія України м. Дніпро)**

## **СУЧАСНІ МЕТОДИ ТА ПРОБЛЕМИ ЕКОНОМІЧНОЇ ОЦІНКИ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ**

Здійснення підприємством інноваційної діяльності зумовлено насамперед економічним критерієм – намаганням отримати (збільшити) прибуток у довгостроковому періоді свого функціонування. Тому важливим елементом діяльності підприємства є оцінка можливої прибутковості реалізації певних стратегічних рішень, а саме визначення економічної ефективності інноваційних проектів.

Сутність оцінки економічної ефективності об'єктів інновацій полягає у зіставленні економічного ефекту від впровадження інновацій із витратами, пов'язаними з цим процесом. Розрахунок ефективності інновації має дати відповідь на питання щодо раціональності витрат на інновації. Тому механізм оцінки ефективності інноваційних проектів набуває дуже великого значення для підприємств, бо те, наскільки він є досконалим дуже сильно впливає на ефективність використання тих ресурсів, що мають у розпорядженні підприємства. Збиткові проекти призводять до зменшення потенціалу підприємства. Тільки правильна оцінка економічного ефекту дає можливість приймати науково-обґрунтовані рішення щодо напрямів інноваційної діяльності, реалістично формувати стратегічні плани інноваційної діяльності підприємства, раціонально розподіляти його ресурси – як власні, так і позичені[1].

Економічний ефект інноваційного проекту може вимірюватися абсолютними показниками прибутку, отриманого внаслідок упровадження інновації, а також відносними показниками – у зіставленні з обсягами витрат, продукції тощо. Особливе значення мають показники, за якими порівнюються ефект і витрати. Показник прибутку від упровадження інновації складається з економії від зниження собівартості або від підвищення ціни внаслідок нової якості засобів виробництва чи кінцевої продукції. Відносним показником ефекту є також параметр «окупності витрат», який визначається відношенням витрат на інвестиції до приросту прибутку від інновації.

Важливим принципом вимірювання економічної ефективності інновації є тотожність споживчого ефекту за конкуруючими варіантами проектів, що розглядаються. Не можна порівнювати показники, скажімо приросту прибутку, за варіантами інновацій, які задовольняють різні потреби чи мають різний корисний ефект. Вибір цілі інноваційної діяльності підприємства є важливим, але він здійснюється до того, як виникла необхідність оцінювати економічний ефект інновації. Порівняння ж варіантів інновації з різними корисними результатами – це принципово інша постановка проблеми. Приведення варіантів інновацій, що порівнюються до одного корисного результату, є першим правилом та вихідною посилкою теорії порівняльної економічної ефективності. Існуючий механізм оцінки економічної ефективності інновацій, не є достатньо зорієнтованим на вирішення питання відносно того, який вид продукції чи нової техніки виробляти. Вибір здійснюється між варіантами нововведень, які мають приблизно однаковий корисний результат. Наявність економічного ефекту є необхідним, але не достатнім критерієм для прийняття рішення стосовно того чи іншого виду інновацій. Перед розрахунком економічних ефектів треба чітко визначити цілі інноваційної діяльності підприємства, згідно з якими і відбувається відбір варіантів інноваційних рішень.

Аналіз практики використання різних методів оцінки ефективності інновації свідчить, що багато залежить від того, наскільки чітко визначено корисний результат об'єкта

вимірювання ефективності. виконання процедури приведення цього результату до тотожності за варіантами інновацій, що розглядаються, відразу дає можливість побачити переваги чи недоліки різних проектів упровадження нового виробу.

У теорії та практиці сучасних розрахунків економічної ефективності інновацій використовується чимало різних методик такої оцінки. Усі вони базуються, як правило, на наведених вище основних принципах, і реалізують методичні підходи, які спираються на використання в ролі основних таких показників, як термін окупності, чиста теперішня вартість, внутрішня ставка рентабельності, індекс прибутковості [2].

Виходячи з практики, можна зазначити, що найчастіше причинами відхилення варіантів інноваційного проекту є:

- недостатній попит на запропонований продукт проекту або відсутність порівняльних переваг перед наявними продуктами;
- надмірні витрати проекту порівняно з очікуваними доходами;
- непридатна для здійснення цілей проекту технологія;
- занадто великий масштаб проекту для даного підприємства;
- надмірний ризик;
- висока ступінь невизначеності інноваційного проекту в ринковому середовищі.

Процес, який починається зі стадії ідентифікації проекту, знаходить своє продовження на стадіях розробки та експертизи, і приводить у кінцевому рахунку до прийняття рішення щодо можливості інвестування коштів у його практичну реалізацію. В міру уточнення цілей та скорочення кількості варіантів і альтернатив їх реалізації, проект набуває конкретності, і подальша його детальна розробка повинна проводитись підприємством на основі відібраних варіантів нововведень з урахуванням ризику і невизначеності ринкового середовища.

Поняття альтернативної вартості є базовим для проведення аналізу витрат і прибутків. Ефективним є той проект, що забезпечує найповніше врахування альтернативної вартості. Оскільки для задоволення всіх потреб завжди бракує ресурсів, постає завдання оптимального використання доступних ресурсів. Тобто таким чином виявляє себе базова загальноекономічна проблема – обмеженість ресурсів, з одного боку, та постійне зростання потреб з іншого. Використання ресурсів на одні цілі неминуче виключає можливість іншого їх використання, тому концепція альтернативної вартості є простим, але достатньо прийнятним інструментом, використання якого відіграє головну роль в аналізі витрат і прибутків.

Головними причинами зміни вартості інвестицій в інновації є інфляція та ризик, невизначеність майбутнього у діяльності підприємства. Через непевність у майбутньому ризик з часом зростає, суб'єкти господарювання намагаються уникнути ризику - вони, як правило, вище цінують ті інвестиції, що є сьогодні, ніж ті кошти, що будуть у майбутньому [3].

При оцінці ефективності інноваційного проекту порівняння поточних та майбутніх витрат і вигод здійснюється шляхом приведення (дисконтування) їх реальної грошової вартості до початкового періоду прийняття рішення. Основою дисконтування є зміни цінності грошей у часі, тобто раніше одержані гроші мають більшу цінність, ніж гроші, одержані пізніше, що зумовлюється зростанням ризику і невизначеності у часі.

#### **Перелік посилань**

1. Мелкумов Я. С. Экономическая оценка эффективности инвестиций. - М.: ИКЦ "ДИС", 2002. - 160 с.
2. Холт Р., Барнес С. Планирование инвестиций: Пер. с англ. – М.: Дело, 2003.–118 с.
3. Терещенко Т.А. Согласование эффективностиэкономических решений // Справочник экономиста. – 2004. - №5. С. 12-17.

УДК 330.332

**Костеріна М.Є., студент гр.072м-17з-1**

**Науковий керівник: Штефан Н.М., к.т.н., доцент кафедри економічного аналізу і фінансів**

*(Національний технічний університет "Дніпровська політехніка", м. Дніпро, Україна)*

## ДОДАНА ВАРТІСТЬ ТА ЇЇ РОЛЬ У РОЗВИТКУ УКРАЇНИ

В умовах ринкової економіки та високої конкуренції проблема успішності функціонування підприємств аграрного та промислового сектору набуває важливого значення. Одним з показників, який базується на результативності діяльності суб'єктів господарювання, є додана вартість, тому що виробництво продукції з більш високою доданою вартістю забезпечує суб'єкту господарювання більш високі темпи отримання прибутку, поліпшення його фінансового стану і посилення його позиції на ринку.

Структура вітчизняної економіки майже на 80% сформована із підприємств, що здійснюють первинну переробку сировини і випускають продукцію так званого «важкого машинобудування», призначеного для оснащення переробних і добувних галузей. Крім того, технічна база більшості виробничих підприємств характеризується значним фізичним і моральним зносом (до 75% в деяких галузях). Це спричиняє високу ресурсо- та енергомісткість вітчизняної продукції, особливо зважаючи на постійне, не завжди виправдане, підвищення цін на енергоносії.

Додана вартість в умовах ринку є одним із головних показників для оцінки діяльності як окремого підприємства чи галузі так і ступеня розвитку економіки країни в цілому. Додана вартість показує з одного боку результативність виробництва, а з іншого – рівень мотивації працівників до продуктивної роботи.

Кожна країна в світі має домінуючу спеціалізацію. Для України це - експорт сировини- основне джерело зовнішніх грошових надходжень.

Ресурсна складова з незначним рівнем переробки продукції продовжує домінувати у структурі експортного потенціалу України. Дві третини експорту країни – це продукти рослинного походження, мінеральні продукти та недорогочінні метали. А це означає, що дві третини експорту складає продукція з низьким рівнем переробки.

Таблиця 1

Додана вартість за витратами виробництва підприємств за видами економічної діяльності[1]

Роки	Додана вартість за витратами виробництва підприємств за видами економічної діяльності з розподілом за видами діяльності					
	Усього		Промисловість		Сільське господарство	
	млн. грн.	Питома вага,%	млн. грн.	Питома вага,%	млн. грн.	Питома вага,%
2012	1015503.5	100	422196.9	41.6	74407.2	7.3
2013	977145.0	100	377780.2	38.7	69669.9	7.1
2014	1234090.1	100	465357.0	37.3	125464.1	10.2
2015	1329264.5	100	488256.8	36.7	183874.4	13.8
2016	1702670.5	100	651913.4	38.3	186933.1	11.0

Як видно з даних табл.1, хоча абсолютна сума доданої вартості зростає в середньому на 10% на рік (що є недостатнім, особливо в порівнянні з аналогічними показниками інших країн), можна відмітити ще одну негативну тенденцію:

- питома вага доданої вартості промислової продукції знижується (з 41.6% у 2012 році до 38.3% у 2016 році);
- питома вага доданої вартості продукції сільського господарства збільшується (з 7.3% у 2012 році до 11.0% у 2016 році).
- (з 41.6% у 2012 році до 38.3% у 2016 році).

Десятка товарів-лідерів:

Соняшникова олія, кукурудза, соя, цукор, м'ясо та субпродукти свійської птиці, ячмінь, соєва олія, шоколад, мед, овочі, бобові.

З врахуванням того, що основну складову експорту сільськогосподарської продукції складають продукти рослинного походження з дуже низьким рівнем переробки, то можна очікувати зниження і абсолютної суми доданої вартості в майбутньому, особливо при несприятливих кліматичних умовах.

Економічний розвиток країни може стримуватися як ресурсними (природними, людськими та фінансовими) і технологічними, так і інституційно-організаційними обмеженнями.

Складові оцінки ефективності економічної системи – це:

- економічна ефективність;
- соціально – економічна ефективність;
- інституціональна ефективність.

Успішний розвиток національної економіки залежить не тільки від оптимального використання обмежених ресурсів різного типу, а й від удосконалення системи економічних інституцій, а саме від удосконалення системи стимулів та мотивів, що впливають на економічну поведінку суб'єктів господарювання.

Монополізація ринків, вплив олігархів на політику і економіку країни, зменшення (і, навіть, знищення) середнього класу, військовий конфлікт- все це тільки поглиблює інституційні диспропорції, що формувались останніми роками і закріплювали за Україною статусу сировинного експортера і технологічно відсталої країни (яка ще 25 років назад була космічною державою).

Щоб вплинути на виробничі процеси, в країні потрібні політична воля і законодавчі ініціативи. Держава повинна обмежити продаж сировини і стимулювати виробництво готової продукції. Необхідно вводити високі мита, квоти на експорт сировини і надавати доступні кредити для виробників продукції з високим рівнем доданої вартості, дотації і консультації тощо.

### **Перелік посилань**

1. Додана вартість за витратами виробництва підприємств за видами економічної діяльності.-Економічна статистика України - [Електронний ресурс] – Режим доступу <http://www.ukrstat.gov.ua/>.



УДК: 338.2:338

**Кравченко М.В., к.е.н., доцент кафедри обліку, оподаткування та УФЕБ**  
(Дніпровський державний аграрно-економічний університет, м. Дніпро, Україна)

## **ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ НА ПІДПРИЄМСТВАХ АГРОПРОМИСЛОВОГО КОМПЛЕКСУ**

Для вирішення завдання підвищення ефективності використання основних засобів та отримання бажаних результатів у діяльності підприємства повинні бути розроблені конкретні шляхи, спрямовані на поліпшення використання основних засобів, практичне застосування яких дасть змогу використовувати наявні на підприємствах резерви підвищення їх ефективності, а також визначити основні чинники, що сприятимуть цьому [1].

У цілому сукупність резервів покращення використання основних засобів підприємства може бути поділена на три великих групи:

1. Технічне вдосконалення засобів праці, яке передбачає:

- технічне переозброєння на базі комплексної автоматизації тавпровадження гнучких виробничих систем;

- заміну застарілої техніки, модернізацію обладнання;

- механізацію допоміжних та обслуговуючих виробництв;

- розвиток винахідництва та раціоналізаторства.

2. Збільшення тривалості роботи машин та обладнання за рахунок:

- ліквідації незадіяного обладнання;

- скорочення строків ремонту обладнання;

- зниження простоїв: цілозмінних та всередині змін.

3. Покращення організації та управління виробництвом, а саме:

- прискорення досягнення проектної продуктивності введених в експлуатацію основних фондів;

- впровадження наукової організації праці та виробництва;

- покращення забезпечення матеріально-технічними ресурсами;

- вдосконалення управління виробництвом на базі сучасної комп'ютерної техніки;

- розвиток матеріальної зацікавленості працівників, що сприяє підвищенню ефективності виробництва.

Однією з головних ознак підвищення рівня ефективного використання основних засобів підприємства є збільшення обсягів виробництва продукції.

Практична реалізація функцій управління здійснюється за допомогою системи методів управління. Привести в дію організовану систему, щоб одержати потрібний результат, можна лише через вплив на неї керуючого органу чи особи. При цьому необхідні певні інструменти погодженого впливу, які й забезпечують досягнення поставлених цілей.

Управління підприємством спрямоване на людей, коло їхніх інтересів, передовсім матеріальних. Тому основою класифікації методів управління є внутрішній зміст мотивів, якими керується людина у процесі виробничої чи іншої діяльності. За своїм змістом мотиви діяльності можна поділити на матеріальні, соціальні та мотиви примусового характеру. Відповідно до цього розрізняють такі методи управління:

а) економічні;

б) соціально-психологічні;

в) організаційні методи управління діяльністю підприємств.

Усі названі методи управління діяльністю підприємств органічно взаємозв'язані й використовуються не ізольовано, а комплексно. Проте провідними треба вважати саме економічні методи. Організаційні методи створюють передумови для використання економічних методів. Соціально-психологічні методи доповнюють організаційні та

економічні й утворюють у сукупності необхідний арсенал засобів управління діяльністю підприємства, будь-якого суб'єкта підприємницької чи іншої діяльності.

1. Економічні методи управління – це такі методи, які реалізують матеріальні інтереси участі людини у виробничих процесах (будь-якій іншій діяльності) через використання товарно-грошових відносин. Ці методи мають два аспекти реалізації. Перший аспект характеризує процес управління, зорієнтований на використання створеного на загальнодержавному рівні економічного сегмента зовнішнього середовища. Суть цього аспекту: формування системи оподаткування суб'єктів господарювання; визначення дієвої амортизаційної політики, яка сприяла б оновленню (відтворенню) матеріальних і нематеріальних активів підприємства; встановлення державою мінімального рівня заробітної плати та пенсій. Другий аспект економічних методів управління зв'язаний з управлінським процесом, орієнтованим на використання різноманітних економічних важелів, таких як фінансування, кредитування, ціноутворення, штрафні санкції тощо.

2. Соціально-психологічні методи управління реалізують мотиви соціальної поведінки людини. Адже рівень сучасного виробництва, зростання загальноосвітнього і професійно-кваліфікаційного рівня працівників зумовлюють суттєві зміни в системі ціннісних орієнтацій та структурі мотивації трудової діяльності людей.

Традиційні форми матеріального заохочення поступово втрачають свій пріоритетний стимулюючий вплив. Усе більшого значення набувають такі чинники, як змістовність і творчий характер праці, можливості для прояву ініціативи, суспільне визнання, моральне заохочення тощо. Тому розуміння закономірностей соціальної психології та індивідуальної психіки працівника є необхідною умовою ефективного управління виробництвом чи будь-яким іншим видом діяльності.

Практична реалізація соціально-психологічних методів управління здійснюється за допомогою різноманітних засобів соціального орієнтування та регулювання, групової динаміки, розв'язання конфліктних ситуацій, гуманізації праці тощо.

3. Організаційні методи управління базуються на мотивах примусового характеру, їхнє існування й практичне застосування зумовлене заінтересованістю людей у спільній організації праці. Організаційні методи управління – це комплекс способів і прийомів впливу на працівників, що ґрунтуються на використанні організаційних відносин та адміністративній владі керівництва. Усі організаційні методи управління поділяють на регламентні й розпорядчі.

Економічні методи управління посідають центральне місце в системі наукових методів управління трудовою діяльністю людей, оскільки на їхній основі встановлюється цільова програма господарського розвитку окремих підприємств і організацій і визначається такий режим роботи і такі стимули, які об'єктивно спонукають і зацікавлюють колективи та окремих працівників в ефективній праці[2].

Таким чином, впливом на безпосередні інтереси об'єкта управління створюється механізм його орієнтації на найбільш ефективний режим роботи без повсякденного і безпосереднього втручання зверху.

Щоб використання основних засобів було справді економічно вигідним та ефективним, необхідно не тільки стежити за його технічним станом, а й залучати фахівців при проведенні складних ремонтів; вивчати ринки виробництва; залучати спеціалістів маркетингового відділу; підвищувати рівень спеціалізації виробництва.

#### **Перелік посилань**

1. Власюк Т. М. Основні засоби: організаційно-методичні аспекти формування облікової політики підприємства/Т.М. Власюк, І.І.Юзюк// Проблеми економіки організацій та управління підприємствами Вісник КНУТД. - 2014. - №2, С. 197-206.

2. Євтушенко С.М. Амортизація основних засобів у системі бухгалтерського обліку: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.00.09 / С.М. Євтушенко. – К.: ННЦ ІАЕ УААН, 2004. – 26 с.

УДК 330.332

Кудлай Л.О., студент гр.072м-17з-1

Науковий керівник: Штефан Н.М., к.т.н., доцент кафедри економічного аналізу і фінансів

(Національний технічний університет "Дніпровська політехніка", м. Дніпро, Україна)

## УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ ОПОДАТКУВАННЯ ЗАПОРУКА ЗБІЛЬШЕННЯ НАДХОДЖЕНЬ ДО БЮДЖЕТУ КРАЇНИ

Одним із напрямків удосконалення системи оподаткування є введення прогресивної ставки ЄСВ. Уряд планує збільшення надходжень до бюджету шляхом підвищення мінімальної заробітної плати і, таким чином, підвищення бази для розрахування ЄСВ у разі підвищення мінімальної заробітної плати. Мінімальна заробітна плата у 2018 році становить 3723 грн. В 2019 році планується збільшення мінімальної заробітної плати до 4 170 грн. Таким чином, враховуючи кількість зайнятого населення працездатного віку (табл.1) та ставку ЄСВ, можна визначити надходження до державного бюджету (Нбюдж).

$$\text{Нбюдж} = (Z_{\text{мін}}^{2019} - Z_{\text{мін}}^{2018}) \times \text{ЄСВ} \times \text{Кнас} \quad (1)$$

$$\text{Нбюдж} = (4170 - 3723) \times 0.22 \times 15495.9 = 1534094.1 \text{ тис. грн.}$$

Таблиця 1

Основні показники ринку праці [1]

Рік	Економічно активне населення				Зайняте населення			
	у віці 15-70 років		працездатного віку		у віці 15-70 років		працездатного віку	
	в середньому, тис.осіб	у % до населення відносно вікової групи	в середньому, тис.осіб	у % до населення відповідної вікової групи	в середньому, тис.осіб	у % до населення відповідної вікової групи	в середньому, тис.осіб	у % до населення відповідної вікової групи
2017	17 854,4	62,0	17 193,2	71,5	16 156,4	56,1	15 495,9	64,5

Таким чином, планується, що бюджет додатково отримає 1.534 млрд. гривень. При цьому більшість навантаження, як завжди, припаде на основну масу населення з мінімальним рівнем заробітної плати. Підвищення рівня мінімальної заробітної плати декларується державою як один з напрямів боротьби з тіньовою економікою.

Для розрахування додаткових надходжень до бюджету при впровадженні прогресивної ставки ЄСВ, визначимо питому вагу працюючих на державних підприємствах (табл.2). На державних підприємствах висвітлюється вся сума заробітної плати робітника, а не тільки мінімальна заробітна плата, як намагаються робити більшість приватних підприємств. Питома вага державних підприємств і організацій, органів державної влади та місцевого самоврядування за даними таблиці 2 дорівнює 27.1%. Передбачимо, що половина працюючих на державних підприємствах отримує середню заробітну плату ( на рівні 9300 грн), друга половина - мінімальну. При цьому можна зауважити, що розрахунок буде заниженим, тому що не всі приватні підприємства, акціонерні товариства, товариства з обмеженою відповідальністю виплачують своїм робітникам і показують у звітності тільки мінімальну заробітну плату.

Таблиця 2

Кількість працівників за організаційно-правовими формами господарювання у 2017 році[2]

Кількість працівників за організаційно-правовими формами господарювання у 2017 році	Середньооблікова кількість штатних працівників, тис. осіб	Питома вага,%
Усього	7 679,4	100
У тому числі:		
Державні підприємства		3,3
Комунальні підприємства		3,9
Акціонерні товариства		11,9
Товариства з обмеженою відповідальністю		25,3
Філії (інші відокремлені підрозділи)		11,3
Приватні підприємства		3,3
Органи державної влади		7,8
Органи місцевого самоврядування		6,2
Державна організація (установа, заклад)		8,8
Комунальна організація (установа, заклад)		13,8
Інші організаційно-правові форми господарювання		4,4

Таким чином, надходження до бюджету при впровадженні прогресивної ставки ЄСВ (  $N_{\text{бюдж}}^{\text{прогр}}$  ) наступні:

$$N_{\text{бюдж}}^{\text{прогр}} = Z_{\text{мін}}^{2018} \times \text{ЄСВ} \times (K_{\text{недерж}} + K_{\text{держ}}^{\text{пол}}) + Z_{\text{сер}}^{2018} \times (\text{ЄСВ} + 2) \times K_{\text{держ}}^{\text{пол}} + Z_{\text{в}} \times (\text{ЄСВ} + 8) \times K_{\text{в}}, \quad (2)$$

Де  $K_{\text{недерж}}$  – кількість працюючих на недержавних підприємствах,

$Z_{\text{в}}$  – заробітна плата, яка є вищою за 50 000 грн.

$K_{\text{в}}$  – кількість працюючих, які отримують високу заробітну плату.

$$N_{\text{бюдж}}^{\text{прогр}} = 3723 \times 0.22 \times 15495.9 \times (0.7 + 0.27 \times 0.5) + 9300 \times 0.24 \times 15495.9 \times 0.271 \times 0.5 + 50000 \times 0.3 \times 0.029 \times 15495.9 = 22025113 \text{ тис.грн}$$

Додаткові надходження до бюджету при впровадженні прогресивної ставки ЄСВ (  $DN_{\text{бюдж}}^{\text{прогр}}$  ) наступні:  $DN_{\text{бюдж}}^{\text{прогр}} = N_{\text{бюдж}}^{\text{прогр}} - N_{\text{бюдж}}^{\text{р}}$ , (3)

де  $N_{\text{бюдж}}^{\text{р}}$  – надходження до бюджету з однаковою ставкою ЄСВ для всіх категорій працюючих і мінімальною заробітною платою на рівні 2018 року.

$$DN_{\text{бюдж}}^{\text{прогр}} = 22025113 - 3723 \times 15495.9 \times 0.22 = 22025113 - 12692071 = 9333042 \text{ тис. грн.}$$

Як можна побачити з отриманих результатів, різниця відчутна. При цьому чергове підвищення мінімальної заробітної плати майже остаточно зрівняє заробітну плату освітян, лікарів із зарплатою прибиральниць, дворників та інших некваліфікованих професій.

Нині вже багато вітчизняних науковців вказують на те, що причина багатьох проблем економічної динаміки – у недосконалої системи стимулів та мотивів, що вирішальним чином впливають на економічну поведінку учасників ринку.

### Перелік посилань

1. Демографічна та соціальна статистика / Ринок праці /Зайнятість та безробіття . - Основні показники ринку праці. - - [Електронний ресурс] – Режим доступу [http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2007/gr/ean/ean\\_u/osp\\_rik\\_b\\_07u.htm](http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2007/gr/ean/ean_u/osp_rik_b_07u.htm)
2. Праця України у 2017 році. Державна служба статистики України.- Київ ТОВ Видавництво “Август Трейд”.- 2018[Електронний ресурс] – Режим доступу [http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat\\_u/2018/zb/07/zb\\_pu2017\\_pdf.pdf](http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2018/zb/07/zb_pu2017_pdf.pdf)  
[http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo\\_pub\\_gii\\_2018-profile52.pdf](http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_gii_2018-profile52.pdf)

УДК 331.5.338.436

**Крюк В.В., магістрант**

**Науковий керівник: Гулик Т.В, к.е.н., доцент кафедри економіки та підприємництва  
(Національна металургійна академія України м. Дніпро)**

## **СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ ВИРІШЕННЯ ПРОБЛЕМ ЗАЙНЯТОСТІ НАСЕЛЕННЯ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ**

Найгострішими проблемами сучасного українського села є депопуляція і старіння сільського населення, поширення безробіття, падіння добробуту сільських жителів, занепад соціальної інфраструктури, занедбання сільських населених пунктів та ін. Складне соціально-економічне становище сільських територій регіонів України багато в чому спричинене загостренням кризи зайнятості, що не тільки підриває основи розвитку економіки сільських територій, а й загрожує продовольчій безпеці та звужує демографічно-відтворювальну базу, що і зумовлює актуальність дослідження та необхідність розробки стратегічних напрямів формування зайнятості сільського населення.

Зайнятість, як основна форма реалізації економічної активності населення і засіб для забезпечення його добробуту, є однією з головних характеристик розвитку трудового потенціалу. Рівень зайнятості характеризує ступінь використання працюючого населення у сфері суспільно корисної праці і виступає індикатором стимулів людського розвитку в сфері праці. З точки зору впливу зайнятості на стан людського розвитку мають значення не тільки її обсяги, а й якісні параметри. Головними серед тих, що впливають на можливості людського розвитку є поширеність зайнятості, що не дозволяє забезпечити умови якісного відтворення обочої сили, а також відносний рівень ціни праці з точки зору відстані від мінімальних державних стандартів [1].

Оцінюючи сучасний стан розвитку трудового потенціалу села та забезпечення сільського населення робочими місцями, вважаємо, що на загострення ситуації у сфері зайнятості сільського населення протягом останніх років мають вплив зокрема такі негативні фактори: знецінення вартості сільської праці та надання великими агропідприємствами переваги екстенсивному землеробству; руйнація соціальної інфраструктури та позапрофесійних форм підтримки і розвитку людського потенціалу сільських територій; недостатня увага до диверсифікації ринку праці (до неаграрної зайнятості).

На нашу думку, основними стратегічними напрямками створення нових робочих місць у сільській місцевості є: нарощування обсягів виробництва сільськогосподарської продукції та розвиток неаграрних видів діяльності.

Для забезпечення функціонування першого напрямку необхідно внести істотні зміни до пріоритетних напрямів державної політики, спрямувавши заходи державного регулювання на:

- відновлення багатогалузевого сільськогосподарського виробництва, відродження його трудомістких галузей, формування потужного сегмента органічного сільського господарства;
- створення сприятливих умов для розвитку різних форм малого підприємництва на селі, запровадження спеціальних програм підтримки його конкурентоспроможності;
- формування в сільській місцевості системи агросервісу, інфраструктури виробничого і соціального призначення, підприємств переробки сільськогосподарської продукції, власної торговельної мережі сільськогосподарських підприємств.

В сучасних умовах найперспективнішими, на нашу думку, галузями не сільськогосподарської зайнятості в регіоні можуть стати:

- діяльність у туристичній сфері. Саме сільський туризм визнаний в Європі, як пріоритетний у сфері відпочинку. Тим самим забезпечується різноманітне використання трудового потенціалу села, що дасть можливість розширити сферу зайнятості сільських жителів з максимальним урахуванням історичних особливостей, національних традицій і звичаїв українського села;

- виробництво енергії на основі відновлювальних джерел. Варто відмітити, що Дніпровська область має відмінні стартові умови для розвитку альтернативної енергетики. Кількість сонячних днів у районі становить близько 270 безхмарних днів на рік. На території Дніпропетровщини зосереджено близько 10% усього вітрового потенціалу України;

- діяльність у сфері культури, мистецтва та національно-етнічної спадщини, упорядкування земельних угідь та покращення ландшафтів;

- розвиток сфери послуг. Окрім технічного сервісу для агропромислового комплексу, реалії сучасної життєдіяльності сільського населення вимагають від нього творчих нестандартних підходів до організації нових робочих місць. Це може бути ремонт машин та агрегатів, послуги односельчанам з обробки землі, ведення тепличного господарства тощо. Також можна використовувати житлово-комунальний, побутовий сектор, сектор торгівлі, громадського харчування та надання послуг шляхом використання мережі Інтернет, та ін.

Вважаємо, що реалізація обґрунтованих нами пропозицій дасть змогу відчутно збільшити зайнятість сільського населення Дніпропетровської області та сприяти не лише формуванню повноцінного ринку праці, а й значному підвищенню конкурентоспроможності економіки.

#### **Перелік посилань**

1. Ринок праці сільської місцевості: стан та перспективи розвитку // Матеріали круглого столу (4 грудня 2013р., м. Київ) / [упоряд. І.Ф. Гнибіденко, Л.Г. Новаш]. – К. : ІПК ДСЗУ, 2014. – 136с.

**Курбанкулова Н.А., студентка гр. 073м-17-1**

**Науковий керівник: Папіж Ю.С., доцент, к.е.н., доцент кафедри менеджменту,  
(Національний технічний університет «Дніпровська політехніка», м. Дніпро, Україна)**

## **ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИКОРИСТАННЯ ЛОГІСТИЧНОГО АУТСОРСИНГУ НА ПІДПРИЄМСТВІ**

В сучасних умовах вітчизняного ринку становище виробничого підприємства напряму залежить від його конкурентоспроможності. Конкурентоспроможність насамперед залежить від якості обслуговування підприємством своїх клієнтів. Отже, актуальною проблемою вітчизняних виробників є клієнт-орієнтований підхід до ведення справ. В таких умовах ключовою складовою ефективності є сфокусована діяльність підприємства на його профільну діяльність, яка забезпечить максимальний рівень сервісу.

В таких умовах непрофільні напрямки діяльності підприємства відходять на другий план, але нехтування ними може задати суттєвий негативний вплив на діяльність фірми, отже одним з шляхів до вирішення цієї проблеми є аутсорсинг непрофільних напрямків.

Більшість компаній змушені переглядати підходи до організації бізнесу, обмежуючи до мінімуму все несуттєве: непрофільні види діяльності, допоміжні активності, центри витрат. Але потреба в продукті такої непрофільної діяльності нікуди не зникає.

Тому, на національному ринку логістичних послуг починає з'являтися все більше компаній, які пропонують послуги логістичного аутсорсингу, концепція якого полягає у відсутності у підприємства-виробника необхідності використовувати власні ресурси для організації тих логістичних операцій, які він може довірити зовнішньому партнеру, тобто логістичному провайдеру.

Позбавлення від неефективних або непрофільних бізнес-процесів (складування, транспортування, фізичний розподіл та ін.) дозволяє вивільнити капітал для розвитку основних видів діяльності, скоротити терміни розробки нової продукції та ін.

Термін «аутсорсинг» означає скорочення або відмова від власного бізнес-процесу, зазвичай не профільного та/або не прибуткового підприємства та передачу його спеціалізованим організаціям. Аутсорсинг дозволяє підприємству сконцентруватися на його основній діяльності. Сьогодні за кордоном в аутсорсинг можна виділити практично будь-яку функцію, наприклад, логістику, інформаційне обслуговування, управління людськими ресурсами і навіть виробництво [1].

Прийнято виділяти наступні переваги аутсорсингу: можливість забезпечити концентрацію на профільній діяльності, використовувати найкращі методи і досвід, скоротити витрати на застосування передових технологій, підвищити конкурентоспроможність. Розглянемо їх більш докладно:

- Концентрація на профільній діяльності. Аутсорсинг дозволяє підприємству зосередити увагу і ресурси на основному конкурентоспроможному бізнесі та надати виконання рутинних щоденних завдань зовнішньої організації, що спеціалізується на виконанні цих функцій.

- Використання найкращих методів і досвіду. Підприємства, які надають послуги аутсорсингу, постійно вдосконалюють свої спеціалізовані послуги і шукають можливості застосувати кращі технології і рішення, щоб виграти в конкурентній боротьбі. Це, в свою чергу, допомагає організації, що використовує аутсорсинг, швидше досягати здійснення у повсякденному діловому житті більш ефективного бізнес-процесу.

- Скорочення витрат на застосування передових технологій. Як згадувалося вище, постачальники послуг аутсорсингу впроваджують останні технології у своїй діяльності, при

цьому вони можуть досягати значної економії за рахунок масштабів впровадження. Внаслідок цього споживачі аутсорсингу можуть повною мірою отримувати вигоди від використання передових технологій, не здійснюючи самостійні витрати на їх повномасштабне впровадження. Це, в свою чергу, допомагає знизити загальні витрати в системі і добиватися підвищення продуктивності і ефективності ключового бізнесу.

- Підвищення конкурентоспроможності. Аутсорсинг, внаслідок вище перерахованих причин, допомагає організації більш ефективно і швидко реагувати на мінливі запити споживачів і, отже, мати переваги в конкурентній боротьбі.

В результаті застосування аутсорсингу скорочується потреба в капіталовкладеннях, підвищується якість продукції, так як постачальником стає спеціалізована організація, відбувається концентрація управлінських ресурсів за рахунок зменшення кількості об'єктів управління.

#### **Перелік посилань**

1. Ковальов К.Ю. Логістика в роздрібній торгівлі, як побудувати мережу / К.Ю. Ковальов, С.А. Уваров, П.Е. Щеглов. – Спб.: Пітер, 2007. - 272 с.
2. Багіров Е.Г. Особливості логістичного аутсорсингу в Україні / Е.Г. Багіров, Д.Е. Лисенко, Д.Н. Бугас // Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі. - 2011. - № 4. - С. 112–118.



УДК 338.512:622.338.26

**Лапко А.В. студентка гр. 076-18-1**

**Науковий керівник: Вагонова О.Г., д.е.н., професор, зав. кафедри прикладної економіки та підприємництва**

*(Національний технічний університет «Дніпровська політехніка», м. Дніпро, Україна)*

## **ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ОЦІНКИ ПОТЕНЦІАЛУ ТЕХНОЛОГІЧНИХ СХЕМ ШАХТ**

**Вступ.** За минуле сторіччя в Україні видобуто 9,4 млрд. тонн вугілля, тобто майже третина наявних запасів. Цілком природно, що відпрацьовувалися пласти з відносно найбільш сприятливими умовами. Україна сьогодні успадковує не тільки розвідані запаси вугілля, але і шахтний фонд з підприємствами дореволюційного, довоєнного та післявоєнного будівництва. Великі шахти-новобудови обчислюються одиницями, про що свідчить рівень середньої виробничої потужності шахт Донбасу – 500 тис. т/рік. Донбас стоїть перед альтернативою закриття більшості збиткових шахт, які практично вичерпали балансові запаси. У той же час, у всій повноті проявилися згубні наслідки вікового підземного видобутку вугілля зі складуванням породи на поверхні, безсистемного скиду високомінералізованих шахтних вод та інші аспекти діяльності без оглядки на стан навколишнього середовища. Як закономірний фінал масового закриття шахт, все частіше стали звучати категорії «проблемних регіонів» і «нестійких територій».

**Постанова проблеми.** Стосовно до регіону з досить зношеним шахтним фондом і наявністю значних обсягів техногенних відходів розглянемо дві альтернативи. Одна з них передбачає розгортання широкомасштабних робіт з переробки відходів шахт і збагачувальних фабрик, а друга – продовження роботи групи збиткових шахт, для яких розглядається можливість закриття [1]. У кожну з цих альтернатив необхідно вкласти приблизно рівні капітали. Тоді економічний ефект на одиницю кінцевої продукції буде різний у залежності від ступеня сприятливості по природному якості залишилися запасів та запасів техногенних ділянок. Така принципова постановка питання.

Стосовно вугільних шахт практично відсутня система кількісної оцінки стану технологічних схем, а існуючим розрізненим характеристикам схем властиві принципові помилки, а саме перевагу екстенсивного відтворення на шкоду інноваційним перевагам. Внутрішній потенціал технологічних мереж – один з найважливіших параметрів оцінки стану вугільних шахт. Його формування – результат впливу комплексу факторів, що визначають ефективність підземного видобутку і, перш за все, властивість вугільної шахти-розвиток в просторі.

Прагнення технологічної схеми будь-якої шахти в умовах доробки запасів шахтного поля в стан біфуркаційної стійкості [2, 3] пояснюється спробами відпрацювання залишених раніше ділянок шахтного поля або переходом до відпрацювання забалансових запасів. Тобто, дослідження стану технологічної мережі повинно відбуватися в рамках структурно-динамічної теорії, з позицій сталого розвитку та зміни. Отже, з одного боку, за рішення певної задачі планування розвитку гірничих робіт може відповідати кілька елементів системи, з іншого – один елемент технологічної схеми може забезпечувати вирішення декількох завдань. Виходячи з цього, ефективність виконання задач визначається не тільки ефективністю функціонування підсистем шахти, але і взаємозв'язками в системі та між завданнями, що вимагають рішення.

**Викладення основного матеріалу.** Кожний з факторів характеризується одним з показників «співвідношення пропускну здатності технологічних ланок», «обмеженістю потужності по чиннику вентиляція» та «щільністю продуктивних потоків», відповідно.

Оптимізація цільового показника «техніко-економічна стійкість технологічної мережі шахти», що характеризує потенціал шахти до інновацій, є результатом взаємодії цих факторів і факторів другого порядку, які визначають формування декількох ключових показників. Можна стверджувати, що стійкість технологічної мережі – здатність зберігати свою цілісність і місію постачальника вугільної продукції, функціонувати у заданому режимі в умовах невизначеності внутрішніх і зовнішніх факторів, регулюючи свою пропускну спроможність в режимі простого або розширеного відтворення. Тому можна стверджувати, що технічний потенціал технологічної мережі шахти являє собою результат безлічі одночасно діючих і взаємозалежних факторів першого і наступних порядків.

Для встановлення їх впливу на формування даного параметра доцільно скористатися методом статистичного аналізу та встановити залежність між показником технічного потенціалу та низкою незалежних показників виробничо-господарської діяльності шахти.

Для побудови рівняння множинної регресії, що описує показник «технічний потенціал», використаний покроковий метод включення змінних. Таким чином, визначення максимально досяжної величини економічної доданої вартості, створюваної шахтою є одним із різновидів багатокритеріальної задачі з чотирма критеріями, яку необхідно звести до однокритеріальним з функцією цілі (1).

$$k_k = -\alpha L + \beta P + \gamma V - \mu S \rightarrow \max, \quad (1)$$

де  $k_k$  – зведений показник внутрішнього потенціалу мережі виробок;  $L$ – параметр, що характеризує протяжність гірничих виробок і довжину очисної лінії;  $P$  – продуктивність праці робітника з видобутку, т/міс;  $V$ – річне посування очисної лінії, м;  $S$ – собівартість видобутку 1 т вугілля.

Оскільки формування технічного потенціалу технологічної мережі шахти описується рівнянням (1), то очевидно, що досягнення її максимальної величини залежить, насамперед, від співвідношення величин  $L$ ,  $P$ ,  $V$  і  $S$ . Крім того, слід враховувати той факт, що максимізація показника «технічний потенціал» досягається в умовах обмеженості потужності по чиннику вентиляція і щільності продуктивних потоків відповідно. Отже, завдання максимізації параметра  $k_k$ , що є основним вимірником потенціалу технологічної схеми шахти, зводиться до пошуку компромісу між величинами чотирьох основних факторів (1).

**Висновки.** Формування потенціалу технологічних мереж шахт є симбіозом взаємодії факторів рівня концентрації гірничих робіт, стійкості з провітрювання та впливу на формування продуктивних потоків підприємства. Оптимізація цільового показника «техніко-економічний потенціал технологічної мережі шахти», що характеризує сприйнятливості шахти до інновацій, є результатом взаємодії цих факторів і факторів другого порядку, які визначають формування декількох ключових показників.

#### **Перелік посилань**

1. Амоша, О.І. Перспективи розвитку та реформування вітчизняної вугільної промисловості на фоні світових тенденцій. [Текст] / О.І.Амоша, А.І.Кабанов, Л.Л.Стариченко. – Донецьк. ІЕП НАН України, 2005. – 32 с.
2. Вагонова, А.Г. Экономические проблемы поддержания мощности и инвестирования угольных шахт Украины [Текст]: дис. ... д-ра экон. наук: 08.07.01 / А.Г. Вагонова; Нац. горный ун-т. – Днепропетровск, 2005. – 412 с.
3. Вагонова, А.Г. Взаимодействие природных и промышленных факторов в процессах воспроизводства мощности угольных шахт [Текст] / А.Г. Вагонова, Ю.С. Залознова, И.И. Павленко. – Донецк: Норд Компьютер, 2004. – 194 с.

УДК 005.8

**Леонт'єв В.С., студент гр. 760м,**

**Науковий керівник: Задоя В.О., к.е.н., доц. кафедри економіки та менеджменту**

*(Дніпропетровський національний університет залізничного транспорту імені академіка  
В. Лазаряна, м. Дніпро, Україна)*

## **УПРАВЛІННЯ ПРОЕКТОМ РОЗВИТКУ ОСВІТНЬОГО ТУРИЗМУ В РЕГІОНІ**

В умовах глобалізації світу туризм є одним із перспективних напрямків розвитку економіки регіонів України. Різновид класичного туризму – освітній туризм надає можливість підвищити кваліфікацію, отримати диплом або удосконалити мовні здібності паралельно з відпочинком, дозволяє долучитися до культури інших країн. Привабливими рисами освітнього туризму є повнота, надійність, доступність, унікальність, інформативність.

З кожним роком популярність подорожей з освітнім ухилом зростає.

За даними аналітичного центру CEDOS число українців в іноземних університетах станом на 2014/2015 навчальний рік становило 59 648 осіб. Серед найбільш бажаних для навчання країн, як і раніше, залишаються Польща, Німеччина, Росія, Канада, Італія, Чехія, США, Іспанія, Австрія, Франція та Угорщина. Динаміка зростання з 2009 по 2015 роки склала 129%. Якщо порівнювати два останні роки, то приріст складає майже 29% або ж 13 266 осіб. Причому 2/3 цього приросту склали саме українці, які навчаються в польських університетах. Вони показали найбільш стрімке збільшення, як в абсолютному, так і відносному показниках, – з 14 951 до 22 833 особи. Також значний відносний та абсолютний приріст українських громадян на студіях демонстрували канадські, чеські та італійські університети [1].

У 2016 році Європейський парламент прийняв нову директиву, яка повинна зробити країни ЄС більш привабливими для іноземних студентів з третіх країн. Зокрема усі члени ЄС (окрім Данії, Ірландії та Великобританії) протягом наступних двох років повинні дозволити іноземним студентам, які завершили їх університети, перебувати у країні з метою пошуку роботи або ж самозайнятості протягом щонайменше 9 місяців після випуску [2].

Підтримання високого рівня освіти, розвиток і підтримка економіки регіону, забезпечення зайнятості місцевого населення – важливі фактори на користь розвитку освітнього туризму.

Просування освітнього туризму на ринку послуг України дозволить регіонам брати участь в міжнародних програмах і проектах. Створення освітніх турів в регіонах повинно сприяти розвитку дружніх відносин між країнами і формуванню співпраці в інших галузях економіки. Розвиток освітнього туризму позитивно вплине на якість життя місцевого населення, створення нових робочих місць в туристичній сфері, а також допоможе зменшити рівень безробіття в країні. Регіональні центри отримають додаткове фінансування на розвиток освітніх програм для учнів, законодавчої бази в сфері туризму, інфраструктури міст тощо.

Україна має гарний потенціал для розвитку освітніх турів в регіонах. В нашій державі розташовані об'єкти культурної та історичної спадщини, сконцентровані унікальні природні та рекреаційні ресурси. Також приділяється велика увага розвитку освітнього туризму в великих містах країни, відкриваються мовні школи і кафедри в університетах, які приймають іноземних студентів.

Популярність освітніх турів обумовлена низкою причин.

1. Закордонна освіта є «гарантом» отримання більш високооплачуваної посади і сприяє більш швидкому кар'єрному росту. На людину, яка отримала міжнародний диплом, більший попит на ринку праці.
2. У сучасному суспільстві бажання людини безперервно вдосконалюватися підштовхує до пошуку нових джерел знань. Одним з таких джерел може стати освітній туризм.
3. Оптимальний діапазон цін на освітні тури дозволить зробити вищу або післядипломну освіту доступнішою для населення.

Низка проблем потребує вирішення для подальшого розвитку освітнього туризму в регіонах.

Основною проблемою отримання повного навчання за кордоном є висока вартість. Як правило, освітні програми в будь-якій країні коштують дорожче, ніж аналогічні програми в Україні. Студенти, що навчаються за програмою бакалаврату, мають ризик не адаптуватися до умов проживання і навчання в країні, що може привести до переривання навчального процесу з відповідними фінансовими витратами.

Оптимальними з точки зору ефективності навчання є спільні освітні програми, що надають можливість отримати 2 та більше дипломів. Крім таких очевидних плюсів як отримання декількох дипломів за короткий проміжок часу, відсутня загроза незатребуваності знань, так як всі вивчені дисципліни уніфіковані для всіх університетів.

В даний час спільні освітні програми набувають все більшої популярності, і багато вітчизняних ЗВО пропонують своїм абітурієнтам можливість отримання 2-х і більше дипломів. Єдиними перешкодами на шляху до реалізації подібних програм є проблеми зіставлення навчальних планів і суворе освітнє законодавство деяких країн. За кордоном студенти можуть самі скласти розклад з переліку обов'язкових і факультативних дисциплін, а в нашій країні така свобода вибору практично, за рідким виключенням, відсутня.

Всі перераховані вище проблеми в тому чи іншому ступені призводять до того, що в багатьох регіонах освітній туризм слабо розвинений або відсутній взагалі. Наявність багатого потенціалу країни, з точки зору культурного-пізнавального, екологічного, етнографічного, екстремального і багатьох інших видів туризму виступає каталізатором для фахівців і зацікавлених осіб в необхідності розвитку освітнього туризму.

Вирішення цього завдання вкрай актуально, так як цей сегмент послуг буде зростати пропорційно процесу світової глобалізації та європейської інтеграції нашої країни.

### **Перелік посилань**

1. <http://cedos.org.ua/uk/articles>
2. <http://www.europarl.europa.eu/news/en/press-room>

**Лимаренко Є.О., студент групи 073м-17-2**

**Науковий керівник: Дубей Ю.В., к.е.н., доцент кафедри менеджменту,**

*(Національний технічний університет «Дніпровська політехніка», м. Дніпро, Україна)*

## **ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ АСОРТИМЕНТОМ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА ПРИ ЗДІЙСНЕННІ ЕКСПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

Управління асортиментом на промислових підприємствах- це основний і один з найскладніших процесів, що протікають в комерційній діяльності, спрямований на досягнення вимог раціональності асортименту. У ньому дуже тісно взаємопов'язані такі етапи комерційної діяльності, як інформаційне забезпечення, визначення потреби в товарах, вибір партнерів для встановлення господарських зв'язків і каналів просування на ринок, встановлення господарських зв'язків між партнерами, організація оптових закупівель матеріалів і комплектуючих, організація продажу товарів, рекламно - інформаційна робота, надання послуг і управління товарними запасами. Тому процес управління асортиментом є центральною ланкою в складній і багаторівневої ланцюжку змісту комерційної діяльності підприємства. Від його результатів залежить, який товар і в якому обсязі буде запропонований споживачеві.

Основоположними елементами управління є встановлення вимог за показниками до раціональності асортименту, визначення асортиментної політики організації і формування асортименту. Встановлення вимог до раціональності починається з виявлення запитів споживачів до товарів певної асортиментної приналежності. Для цього можуть бути використані такі методи, як соціологічний (опитування) та реєстраційний (спостереження). Крім того, організації, які застосовують стратегію активного маркетингу, самі формують попит за допомогою реклами, виставок- продажів, презентацій. Вимоги до раціональності асортименту змінюються залежно від кон'юнктури ринку (платоспроможності покупця, соціально -економічних, соціально -культурних, правових характеристик навколишнього середовища) [1].

Формування товарного асортименту є одночасно і засобом і методом управління асортиментом.

Таким чином, управління асортиментом слід розуміти як комплекс функцій управління, до яких на промисловому підприємстві належать: планування, організація, контроль, спрямований на вивчення ефективності планування та організації заходів в рамках асортиментної політики підприємства.

Процес управління асортиментом товарів, як видно з вищесказаного, досить трудомісткий і складний. У ньому знаходять застосування багато елементів комерційної діяльності. Управління асортиментом товарів у комерційних організаціях необхідно розглядати не тільки як процес, який забезпечує життєстійкість підприємству, але і як основу підвищення його конкурентоспроможності. Всі етапи процесу управління асортиментом товарів необхідно проводити послідовно, так як саме через послідовність розкривається їх взаємозв'язок.

Управління асортиментом має базуватися на певних принципах. До них відносяться:

1 . Системність, відповідно до якої всі функції управління асортиментом повинні розглядатися у взаємозв'язку;

2 . Комплексність, що припускає облік факторів, що впливають на процес управління асортиментом;

3 . Ефективність, що має на увазі, насамперед, економію на шляху до створення конкурентоспроможного асортименту;

4 . Гнучкість і динамізм, основними вимогами яких є оперативність у реагуванні на мінливу кон'юнктуру ринку, а також економіко - політичну обстановку в країні;

5 . Науковість, яка передбачає, що управлінські рішення щодо асортименту повинні базуватися на об'єктивній, повної і достовірної інформації про стан і перспективи розвитку потреби, з одного боку, і можливостях по її задоволенню, з іншого боку.

Управління асортиментом передбачає координацію взаємозалежних видів діяльності - науково-технічної та проектної, комплексного дослідження ринку, організації збуту, сервісу, реклами, стимулювання попиту. Складність вирішення даної задачі полягає в складності об'єднання всіх цих елементів для досягнення кінцевої мети оптимізації асортименту з урахуванням поставлених стратегічних ринкових цілей підприємством. Якщо цього досягти не вдається, то може вийти, що в асортимент почнуть включатися вироби, розроблені скоріше для зручності виробничих підрозділів підприємства, ніж для споживача.

Основні напрямки в області формування асортименту - скорочення, розширення, стабілізація, оновлення, вдосконалення, гармонізація. Зазначені напрями взаємопов'язані, значною мірою доповнюють один одного і визначаються низкою факторів.

Вибір того чи іншого напрямку вимагає знання факторів, що впливають на формування асортименту.

Розрізняють загальні та специфічні чинники формування асортименту.

Спільними факторами, що впливають на формування промислового і торгового асортименту, є попит і рентабельність.

Специфічними факторами формування промислового асортименту є сировинна та матеріально-технічна база виробництва, досягнення науково -технічного прогресу, а торговельного асортименту - виробничі можливості виробників, спеціалізація (клас і тип) торгової організації, канали розподілу, методи стимулювання збуту і формування попиту, матеріально-технічна база організації торгівлі.

Регулювання вище перерахованих факторів становить суть управління асортиментом і досягається за допомогою встановлення певних вимог, що пред'являються до раціонального асортименту. Ці вимоги регламентуються рядом нормативних, технічних і технологічних документів.

Отже, усі завдання управління асортиментом тісно взаємопов'язані між собою. Забезпечення стійкості асортименту товарів та створення умов для найбільш повного задоволення попиту споживачів допоможуть сформувати торговий асортимент, розрахований на покупців з диференційованим рівнем доходів. Сформований таким чином асортимент сприятиме отриманню високих виробничо -фінансових результатів, які нададуть підприємству можливості для поліпшення своїх позицій на ринку.

### **Перелік посилань**

1. Портер М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов / Майкл Е. Портер; Пер. с англ.-2-е изд. - М.: Альпина Бизнес Букс, 2006.

УДК 629

**Мала С.О.** студентка гр. ЕП-013м,  
**Науковий керівник: Малюк О.С.** к.е.н., доцент кафедри економіки та підприємництва  
**ім. Т.Г. Беня**  
(*Національна металургійна академія України, м. Дніпро, Україна*)

## **РОЗГЛЯД ЗАХОДУ ЩОДО ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ МАТЕРІАЛЬНИХ РЕСУРСІВ ПРАТ «НПО ДНІПРОПРЕС»**

У сфері матеріального виробництва основу ресурсного забезпечення діяльності складають матеріальні ресурси: сировина, основні і допоміжні матеріали, напівфабрикати, паливо, енергія всіх видів тощо. В процесі виробництва матеріальні ресурси трансформуються в матеріальні витрати, які становлять основну частку в загальній сумі витрат на виробництво продукції, робіт, послуг. Отже, раціональне використання матеріальних ресурсів відноситься до факторів, що забезпечує зниження собівартості продукції, робіт, послуг та підвищення прибутку.

Зважаючи на стрімке зростання вартості енергетичних ресурсів та складності, що пов'язанні зі забезпеченням виробництва окремими видами паливно-енергетичних ресурсів, розробка та обґрунтування напрямків, щодо зниження енергетичних витрат на промислових підприємствах віднесено до основних стратегічних завдань. Розробка заходів щодо зниження витрат на виробництво продукції є складним питанням сучасної економічної науки. Проблема зниження витрат на виробництво продукції дуже актуальна в сучасних економічних умовах, так як її рішення дозволяє підприємству вижити в умовах жорсткої ринкової конкуренції.

Проведений аналіз техніко-економічного становища ПрАТ «НПО Дніпропрес» дозволив зробити висновок щодо поліпшення діяльності підприємства у 2014 р. відносно 2015р. Втім, підприємство, попри поліпшення результатів діяльності, потребує постійного удосконалення виробничого процесу з метою зниження витрат на виробництво продукції, підвищення її якості, тощо. З цією метою розглянуто інвестиційний проект, що передбачає впровадження у механоскладальному цеху нового токарно-гвинторізного верстату 16K20 на заміну існуючого верстату 1M65. Його впровадження дозволить знизити енергетичні випрати на виробництво продукції на 25% відносно існуючого рівня та витрати на ремонт обладнання на 30% відносно існуючого рівня та витрат.

Впровадження нового верстату потребує інвестиційних вкладень у розмірі 2474 тис.грн у основне та допоміжне обладнання, а також витрат, що пов'язані з фінансуванням будівельно-монтажних та проектно-конструкторських робіт.

Згідно проведених розрахунків, при впровадженні гвинторізного верстату 16K20 показники економічної ефективності інвестиційного проекту мають такий вигляд: NPV має позитивне значення, і становить 1215,41 тис.грн; DPB дорівнює 2.7 роки, що менше строку реалізації проекту який дорівнює 5 років; IRR більше вартості власного капіталу,  $48 > 25$ . Виходячи з отриманих значень NPV, DPB, IRR робимо висновок про визнання економічно доцільним впровадження інвестиційного проекту.

Впровадження запропонованого заходу призведе до підвищення ефективності роботи підприємства, що позитивно відобразиться на показниках, які характеризують результати виробничої діяльності підприємства в цілому.

**Манукян С.А., студент гр. 073м-17-3**

**Науковий керівник: Папіж Ю.С., доцент, к.е.н., доцент кафедри менеджменту,  
(Національний технічний університет «Дніпровська політехніка», м. Дніпро, Україна)**

## **ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

Важливим атрибутом ринкової економіки є конкуренція. Сам ринок, механізм його дії не може нормально існувати без розвинутих форм конкуренції. Конкуренція - це суперництво між учасниками ринкового господарства за найвигідніші умови виробництва, продажу і купівлі товарів та послуг, за привласнення найбільших прибутків [1]. В ринкових відносинах конкуренцію як природне і об'єктивно існуюче явище можна розглядати як закон товарного господарства, дія якого для товаровиробників є зовнішньою примусовою силою до підвищення продуктивності праці на своїх підприємствах, розширення масштабів виробництва, прискорення НТП, впровадження нових форм організації виробництва і систем зарплати тощо [2].

Позитивна роль конкуренції в ринковій економіці проявляється в ряді функцій, що вона виконує:

– по-перше, як переконає світовий досвід, конкуренція охоплює всі зв'язки виробництва і споживання, є єдино можливим засобом досягнення збалансованості між попитом і пропозицією і у підсумку - суспільними потребами та виробництвом;

– по-друге, конкуренція виконує функцію спілкування (кооперації) та погодження інтересів виробників. У результаті поділу праці інтерес кожного з них пов'язаний і взаємодіє з інтересами інших товаровиробників. Через ринковий механізм конкуренція підпорядковує індивідуальні прагнення суб'єктів господарювання суспільним інтересам;

– по-третє, конкуренція примушує товаровиробників знижувати індивідуальні виробничі витрати, що вимагає від підприємців постійного вдосконалення технічної бази виробництва, знаходження шляхів економії сировини, матеріалів, паливно-енергетичних ресурсів, робочого часу;

– по-четверте, конкуренція стимулює підвищення якості продукції та послуг. Ця функція набуває особливого значення в нинішніх умовах розвитку науки й технології, коли кожному виробнику надається можливість удосконалювати споживчі якості виробів, відповідаючи на зростаючі потреби й зміну смаків споживача. Конкуренція спонукає виробників упроваджувати нові види продукції, а також здійснювати різні модифікації одного й того ж продукту;

– по-п'яте, історично важливою функцією конкуренції є формування ринкової ціни. З її допомогою конкуренція забезпечує збалансоване співвідношення між суспільними потребами та суспільним виробництвом.

Виконуючи ці функції, конкуренція безпосередньо впливає на ефективність виробництва, підвищуючи його технічний рівень, забезпечуючи поліпшення якості та розширення номенклатури продукції.

Конкурентоспроможність підприємства визначається за допомогою трьох груп показників, що відображають конкурентоспроможність продукції, що випускається та ефективність використання ресурсів.

Перша група містить показники, що характеризують економічні параметри, - собівартість, ціну виробу та споживання, умови платежу та поставок, строки та умови гарантії тощо.



Друга група містить показники, що характеризують стан та використання живої праці, основних виробничих фондів, матеріальних затрат, обігових коштів, а також фінансовий стан підприємства.

При оцінюванні конкурентоспроможності підприємства предметом уваги повинна бути номенклатура випускаємої продукції та її конкурентоспроможність.

Третя група – нормативні параметри, що показують, наскільки відповідає виріб стандарту, нормам, правилам, що регламентують кордони, за які даний параметр не має права виходити. До їх числа відносяться показники надійності, ресурс виробу, безвідмовність, довговічність, ремонтоздатність. До нормативних параметрів відносяться також ергономічні параметри (гігієнічні, фізіологічні, психологічні та ін.), що демонструють відповідність товару якостям людського організму та людської психіки, визначають зручність роботи, швидкість стомлення.

Підтримка високої конкурентоспроможності означає, що всі ресурси підприємства використовуються настільки продуктивно, що воно опиняється більш прибутковим, чим його головні конкуренти. Це одночасно передбачає, що підприємство займає стабільне місце на ринку товарів та послуг, та його продукція користується постійним попитом. Однак в житті цей стан не являється незмінним. Такими перетвореннями можуть бути: зміна товарної політики, впровадження нових технологій, диверсифікація виробництва, зміна організаційно-правового статусу підприємства, модернізація форм збуту продукції, вихід на нові ринки, створення спільних виробництв тощо.

До форм та методів максимізації внутрішніх можливостей підприємства на основі проведення технологічної політики, спрямованої, по-перше, на постійне піднесення підприємства, необхідно, перш за все, віднести гнучке їх використання на «ноу-хау» в технологію виробництва та образ своєї продукції, що дозволяє підприємству стати лідером у випуску даної продукції, по-друге, на забезпечення високої якості, по-третє, на поставку продукції в строк.

Прагнучи до гнучкого використання своїх внутрішніх можливостей, підприємство повинне забезпечити собі технологічну та економічну ефективність не нижче за галузеву. Іншими словами, воно повинне віднайти спосіб оптимального поєднання бажаної технологічної та економічної ефективності, щоб забезпечити найкращі технологічні та економічні умови пропозиції.

### **Перелік посилань**

1. Фатхудінов Р.А. Конкурентоспроможність: економіка, стратегія, управління / Р.А. Фатхудінов. – М.: ИНФРА – М. – 2000. – 312 с.
2. Самойлик Ю.В. Економічний механізм формування стратегії управління конкурентоспроможністю підприємства / Ю.В. Самойлик // Вісник Житомир. держ. технол. ун-ту. Екон. науки. – 2010. - № 3 (53). – С. 94-98.

**Мисюк О.О., студент гр. 073м-17-2**

**Науковий керівник: Папіж Ю.С., доцент, к.е.н., доцент кафедри менеджменту,**

*(Національний технічний університет «Дніпровська політехніка», м. Дніпро, Україна)*

## **ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

Успішність зовнішньоекономічної діяльності підприємства залежить від багатьох внутрішніх та зовнішніх чинників, серед яких одним із ключових є формування та реалізація ефективної стратегії зовнішньоекономічної діяльності, яка являє собою план розвитку підприємства стосовно діяльності пов'язаної з виходом на зовнішній ринок, завоюванням бажаної частки ринку, розширення та підтримання своїх позицій. Крім цього – це комплекс управлінських рішень, які звужують всю множину можливих зовнішньоекономічних дій підприємства до сукупності найбільш ефективних з точки зору довгострокових цілей сформульованих у загальній стратегії.

Формування стратегії зовнішньоекономічної діяльності відбувається під впливом як внутрішніх, так і зовнішніх чинників, які в свою чергу формують експортний потенціал підприємства, що є основою для формування стратегії. До внутрішніх чинників відносять: організацію управління підприємством; інформаційне забезпечення зовнішньоекономічної діяльності; планування експортного виробництва; облік та аналіз експортних поставок; кадровий менеджмент [1]. Серед зовнішніх чинників формування стратегії зовнішньоекономічної діяльності можна виділити: економічні (рівень та темпи інфляції, зростання та спад виробництва, коливання курсу національної та іноземної валюти, оподаткування, умови одержання кредиту і процентна банківська ставка, рівень динаміки цін, попит покупців, платоспроможність контрагентів тощо); демографічні (кількість населення, його вік, стать, сімейний стан тощо); політико-правові (сприятливість наявної законодавчої бази, її стабільність, політичний лад, стосунки, які склались у країні на світовій арені тощо); соціокультурні (відмінності у ставленні людей до самих себе і до інших, ставлення до суспільних інститутів, природи, основних культурних цінностей, відмінності у сприйнятті та у потребах тощо); науково-технічні (рівень розвитку науки і техніки у країні, рівень впровадження досягнень НТП у виробництво, доступність новітніх технологій тощо); тощо.

Формування стратегії зовнішньоекономічної діяльності, як правило, складається з наступних етапів:

- початковий - здійснення аналізу зовнішнього середовища, прогнозування майбутнього розвитку підприємства, виявлення можливостей і загроз, сильних і слабких сторін, оцінювання конкурентоспроможності і прогнозування її зміни;
- на другому етапі або паралельно (на новоствореному підприємстві - на першому) визначають місію, мету і цілі зовнішньоекономічної діяльності підприємства;
- на третьому етапі здійснюють стратегічний аналіз, який полягає в порівнянні мети і цілей зовнішньоекономічної діяльності з результатами аналізу середовища зовнішньоекономічної діяльності, виявленні і усуненні розривів між ними і, головне, у виробленні альтернативних стратегій - варіантів стратегічного розвитку;
- на четвертому етапі моделюються варіативні сценарії розвитку подій (оптимістичний, песимістичний та найбільш вірогідний) і досліджується вплив кожного на сформульовані альтернативні стратегії зовнішньоекономічної діяльності. Визначається конкурентоспроможність підприємства у разі реалізації тієї чи іншої стратегії зовнішньоекономічної діяльності за певним сценарієм;

- на п'ятому етапі здійснюється вибір найбільш прийнятної стратегії зовнішньоекономічної діяльності з альтернативних;
- на шостому - готується кінцевий варіант стратегічного плану зовнішньоекономічної діяльності підприємства;
- на сьомому етапі на базі стратегічного плану розробляються тактичні середньострокові плани зовнішньоекономічної діяльності;
- на восьмому етапі розробляються оперативні плани та проекти, і на цьому процес стратегічного планування зовнішньоекономічної діяльності завершується [2].

Процес реалізації стратегічного плану (процес стратегічного управління) передбачає не лише організацію реалізації стратегії зовнішньоекономічної діяльності (9-й етап) але і її практичну оцінку, контроль за виконанням (10-й етап) і зворотний зв'язок, якщо виявляються помилки, недоробки у формуванні стратегічного плану на будь-якому із етапів. Інколи такий зворотний зв'язок передбачає часткові зміни місії і цілей зовнішньоекономічної діяльності, якщо вони виявилися до певної міри нереальними. Зворотний зв'язок можливий на будь-якому з етапів формування стратегії. Все це свідчить про те, що і формування, і реалізація стратегії становлять єдиний процес, який є безперервним, оскільки середовище зовнішньоекономічної діяльності, а, значить, і умови діяльності підприємства постійно змінюються, стратегічний план регулярно коригується.

Таким чином, у сучасних умовах глобалізації економічних відносин перед вітчизняними підприємствами постало питання консолідації в міжнародний економічний простір. Для досягнення даної мети необхідна насамперед ефективна стратегія ведення зовнішньоекономічної діяльності, яка повинна розроблятися лише у комплексі із загальним стратегічним планом функціонування підприємства. Лише розробка конкретного плану заходів дозволить вітчизняним підприємствам визначитися з основними видами дій щодо виходу на зовнішні ринки та закріпити свої позиції як конкурентоспроможних господарюючих суб'єктів.

#### **Перелік посилань**

1. Соколовська В.М. Формування експортного потенціалу підприємства в сучасних умовах господарювання / В.М. Соколовська [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/index.php?operation=1&iid=1092>.
2. Стратегія підприємства [Текст]: навч. посіб. / М.Г. Саєнко – Т: Економічна думка, 2006. – 390 с.

УДК 339.138

**Нестеренко А. М., магістрант**

**Науковий керівник: Гулик Т.В, к.е.н., доцент кафедри економіки та підприємництва  
(Національна металургійна академія України, м. Дніпро)**

## **ХАРАКТЕРИСТИКА ТА АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УМОВАХ ПІДПРИЄМСТВА**

В умовах постійного і неперервного загострення конкурентної боротьби, притаманної ринковій економіці, успішна діяльність будь-якого підприємства вимагає від керівництва дотримання важливого положення: перш ніж розпочати виробництво будь-якого продукту необхідно знати, який продукт потрібен, з якими технічними або споживчими характеристиками, де і скільки потрібно цього продукту, за якими цінами його можна реалізувати, частку ринку, конкуренцію і лише тоді і ніяк не раніше можна розпочати його виготовлення. Тому дослідження ринку повинно передувати розробці плану виробництва і реалізації продукції.

Необхідними умовами досягнення самоокупності і самофінансування підприємства в умовах ринку є орієнтація виробництва на споживачів і конкурентів, на гнучке пристосування до ринкової кон'юнктури, що змінюється.

Кожному підприємству, перед тим як планувати обсяг виробництва, формувати виробничі потужності, необхідно знати, яку продукцію, в якому обсязі, де, коли і за якими цінами воно буде її продавати. Для цього потрібно вивчити попит на продукцію, ринки її збуту, їхню місткість, реальних і потенційних конкурентів, потенційних покупців, можливість організувати виробництво за конкурентною ціною, доступність необхідних матеріальних ресурсів, наявність кадрів потрібної кваліфікації і т. ін. Від цього залежать кінцеві фінансові результати відтворення капіталу, його структура і, як наслідок, фінансова стабільність підприємства. Іншими словами, діяльність будь-якого підприємства починається з маркетингового аналізу.

Розглянемо різні показники, дані, характеристики, динаміки розвитку її просування як в навколишньому так і в внутрішньому ринках. Загалом ми спрямуємо нашу увагу на навколишньому бізнес середовищі. Вплив факторів маркетингового середовища на діяльність підприємства.

На нашу думку виконання наступних функцій і задач має місце на багатьох підприємствах :

1) завдання: координація роботи виробничих і комерційних служб із метою задоволення потреб споживачів і одержання прибутку; - вироблення стратегії і тактики підприємства на споживчому ринку за допомогою маркетингових програм.

2) функції: забезпечення своєчасного укладення договорів, графіків постачання продукції; організація збуту продукції відповідно до укладених договорів; участь у розробці цінової політики підприємства; організація роботи з реклами продукції, що випускається, вивченню ринку збуту; розробка системи мотивації персоналу щодо систематизації і використання маркетингової інформації;

Цільовим напрямом асортиментної політики має бути забезпечення високої якості сервісу, розробка нових напрямів виробництва в залежності від потреб споживачів, постійне оновлення старих видів продукції, попит на яких знижується.

Відділ маркетингу аналізує мікрмаркетингове та макромаркетингове середовище, які включають в себе наступні елементи елементи.

Проаналізуємо мікрмаркетингове середовище підприємства який включає такі елементи: ринок, споживачі, конкуренти, посередники.

Основні сили, що визначають структуру маркетингового макросередовища підприємства, розглянемо в таблиці 1.

Отже, макромаркетингове середовище підприємства характеризується тим, що на підприємстві підтримується всі елементи макромаркетингового середовища, споживачі користуються товарами підприємства. На макро-середовищі існують впливи не тільки демографічні, а й Закони, які підпорядковуються ними.

Таблиця 1

Характеристика макромаркетингово середовища підприємства

Елемент макромаркетингового середовища	Характеристика
Економічні	-фаза економічного циклу країни -рівень інфляції -рівень безробіття -валовий національний продукт та його динаміка -наявність та рівень товарного дефіциту -рівень доходів та купівельної спроможності населення
Соціально-культурні	-соціальні класи -соціальні групи -культура -субкультура
Політико-правові	-політична структура -рівень політичної та законодавчої стабільності -антимонопольне регулювання -податкове законодавство
Технологічні	-рівень інфляційної активності -введення нових технологій -напрями концентрації технологічних зусиль -підвищення продуктивності праці -нова продукція
Природньо-географічні фактори	-екологія -наявність та доступність сировини -вартість енергоносіїв

Маркетингові дослідження передбачають систематизований збір, накопичення, обробку та аналіз результатної інформації для прийняття обґрунтованих рішень у маркетинговій діяльності. Одним із поширених у світовій практиці методів дослідження ринку й попиту, ефективності реклами, споживацьких якостей товару є опитування респондентів. Опитування — це метод збору первинної соціологічної інформації шляхом звернення з питаннями до визначених груп людей. За допомогою опитування отримують як інформацію про події, факти, так і відомості про думки, оцінки опитаних. Ефективна маркетингова діяльність підприємства неможлива без організації відповідних управлінських структур — відділів, секторів тощо.

#### Перелік посилань

- 1.Петруня Ю. Є. Маркетинг: Навч. посібник / Ю. Є. Петруня. – К.: Знання, 2007.– 325 с.
- 2.Янишин Я. С. Сприяння вдосконаленню маркетингової діяльності в підприємстві /Я. С. Янишин // Економіка АПК. – 2011. – № 19. – С. 169-171.

УДК 331. 005.95

**Ольховик О.А., магістрант**

**Науковий керівник: Тимошенко Л.В., к.е.н., доц., доц. кафедри прикладної економіки та підприємництва,**

*(Національний технічний університет «Дніпровська політехніка», м. Дніпро, Україна)*

## **ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ОРГАНІЗАЦІЇ ОПЛАТИ ПРАЦІ ПЕРСОНАЛУ СУБ'ЄКТАМИ ПІДПРИЄМНИЦЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ**

В нинішніх умовах господарювання важливу роль відіграє організація оплати праці персоналу, оскільки це виступає одним із основних чинників стимулювання зростання продуктивності праці, збільшення обсягів і поліпшення якості виробленої продукції, забезпечення позитивного фінансового результату діяльності суб'єкта підприємницької діяльності.

Частина науковців вживають терміни «оплата праці» та «заробітна плата» як синоніми, інші зазначають, що вони не є синонімами й співвідносяться як загальне й часткове. Так Т. Г. Мельник [1, с. 8] дає таке визначення категорії «оплата праці»: «це трудовий дохід працівника, який залежить від кількості та якості витраченої корисної праці, який сплачується роботодавцем у вигляді заробітної плати у грошовій або натуральній формі». На формування оплати праці на підприємстві діють наступні чинники [2]: внутрішні: фінансові можливості, рівень прибутковості, рівень кваліфікації та професійності працівників; зовнішні: рівень мінімальної заробітної плати; розмір прожиткового мінімуму; ціна на робочу силу, яка склалась на ринку праці.

Організація оплати праці в дослідженні С.В. Глухової та А.А. Зотової [3] визначається, як «система організаційно-правових засобів, які спрямовані на встановлення сутності та порядку запровадження засад оплати праці, тарифної системи, нормування праці, відрядних розцінок, преміювання, інших заохочувальних, компенсаційних і гарантійних виплат, встановлення норм оплати праці при відхиленні від тарифних умов, форм і термінів виплати заробітної плати, порядку обчислення середнього заробітку, індексації зарплати у зв'язку зі зміною індексу споживчих цін, компенсації зарплати у зв'язку з порушенням термінів її виплати».

Організація оплати праці передбачає додержання певних принципів [4], а саме:

1. Принцип оплати праці за кількість і якість – означає, що при оплаті праці повинні враховуватися кількість виробленої продукції і складність її виготовлення, важливість, якісні характеристики.

2. Принцип підвищення рівня оплати праці – на скільки зростає продуктивність праці, настільки ж підвищується заробітна плата працівників.

3. Принцип державної політики в оплаті праці проявляється в тому, що основні питання регулювання оплати праці вирішуються урядом – розміри тарифних ставок, посадові оклади, всі елементи тарифної системи, коефіцієнти, надбавки до заробітної плати встановлюються в централізованому порядку.

В умовах економічної кризи дотримання цих принципів суб'єктами господарювання значно ускладнюється, що вимагає від підприємців радикальних рішень щодо скорочення витрат, у тому числі і на персонал. Система організації оплати праці повинна забезпечувати виконання наступних завдань [5]: забезпечити роботодавцю прибутковість і конкурентоспроможність за рахунок ефективного використання трудових ресурсів та оптимального розподілу витрат на персонал; гарантувати працівнику своєчасну та повну виплату заробітної плати, яка забезпечить гідний рівень його життя й відповідатиме результатам виконаної роботи.

Відмінність між системами та формами оплати праці полягає в підходах до розрахунку заробітку та ступеню залежності від якісних та кількісних результатів праці як працівника, так і підприємства в цілому [6]. Автори роботи [7] виокремлюють такі системи оплати праці: 1) «за відрядної форми: пряма відрядна, непряма відрядна, відрядно-преміальна, відрядно-прогресивна, акордна»; 2) «за почасової форми: проста почасова, почасово-преміальна, за посадовими окладами».

Законодавством передбачено застосування тарифної й інших систем, які будуються на оцінюванні складності виконуваної роботи та професійної кваліфікації працівників [8]. У науковій літературі ці «інші системи» прийнято називати «безтарифними». Тарифні системи є найбільш поширеними на українських підприємствах, але вони вже досить застарілі й мають низку суттєвих недоліків. Безтарифні системи є більш сучасними та ефективними, але на практиці вони досить рідко зустрічаються.

Автори роботи [9] наголошують на тому, що недостатньо дослідженими залишаються практичні рекомендації щодо поєднання класичних і сучасних методів оплати праці, а діалектична спрямованість інтересів роботодавця та працівника підвищує зацікавленість у виборі найбільш доцільного методу організації оплати праці. Н.В. Потриваєва в своєму дослідженні [10], акцентує увагу на тому, що в організації оплати праці провідне місце належить преміюванню, адже з одного боку, рівень премії повною мірою залежить від результатів діяльності підприємства, і навпаки, результат господарювання залежить від практичної організації системи преміювання окремих категорій персоналу.

Таким чином, визначено основні засади формування теоретичного підґрунтя організації оплати праці суб'єктами підприємницької діяльності в сучасних умовах господарювання.

#### **Перелік посилань**

1. Мельник Т. Г. Облік, аналіз та аудит праці і її оплати : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.06.04. – Київ – 2006. – 20 с.
2. Васильчак С. В. Теоретичні основи формування оплати праці на підприємстві / С. В. Васильчак, О. Р. Жидяк, Т. М. Полянчич // Науковий вісник НЛТУ України. – 2011. – Вип. 21.12. – С. 152–157.
3. Глухова С. В. Підходи до сутності заробітної плати / С. В. Глухова, А. А. Зотова // Молодий вчений– 2016. – № 12.1 (40). – С. 698–701.
4. Лебедева С. Регулирование заработной платы и обеспечение устойчивого экономического развития: методологические и методические подходы // Україна: аспекти праці. – 2008. – №8. – С.12-22.
5. Пономарьова М. С. Політика доходів та організація оплати праці в розвитку соціально-трудова відносин на засадах інституційного забезпечення / М. С. Пономарьова, Л. А. Гаврилюк, І. І. Чернеча // Вісник ХНАУ. Серія «Економічні науки». – 2014. – № 3. – С. 111–126.
6. Поліщук П.В. Аналіз методів та систем оцінки і оплати праці / П.В. Поліщук // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2011. – № 3, т. 3. – С. 255-258.
7. Дробишева О. О. Економічна сутність, форми та системи оплати праці / О.О. Дробишева, Д.В. Домаш // Економічний вісник ЗДІА. – 2014. – Вип. 3. – С. 48–55.
8. Закон України «Про оплату праці» від 24 березня 1995 р. № 108/95- ВР. Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/main/108/95-%D0%B2%D1%80>.
9. Іванова М. І. Порівняння та використання сучасних методів організації оплати праці / М. І. Іванова, О.В. Варяниченко – Ефективна економіка – № 5 – 2017. –Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5600>

УДК 330.332

**Останін О.О., студент гр.072м-17-1**

**Науковий керівник: Штефан Н.М., к.т.н., доцент кафедри економічного аналізу і фінансів**

*(Національний технічний університет "Дніпровська політехніка", м. Дніпро, Україна)*

## ПРОБЛЕМИ РЕФОРМУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ РОЗВИТКУ СУСПІЛЬСТВА

Входження України у ринкову економіку супроводжувалося накопиченням первинного капіталу за рахунок продажу природних і створених в попередні роки ресурсів, часто за безцінь. У структурі експорту домінує продукція природного походження або з незначним рівнем переробки. Дві третини експорту країни – це продукти рослинного походження, мінеральні продукти та недорогоцінні метали (табл.1).

Таблиця 1

Товарна структура зовнішньої торгівлі України [1]

Код і назва товарів	Експорт		Імпорт	
	Тис. дол.	% до загального обсягу	Тис. дол.	% до загального обсягу
РАЗОМ	43264736,0	100	49607173,9	100
Живі тварини, продукти тваринного походження	1108757,0	2.6	731549,5	1.5
Продукти рослинного походження	9215707,9	21.3	1368027,1	2.8
III. Жири та олії тваринного або рослинного походження	4605666,2	10.6	266616,4	0.5
Готові харчові продукти	2826723,0	6.5	1935015,9	3.9
Мінеральні продукти	3947721,9	9.1	12504732,4	25.2
В тому числі: палива мінеральні; нафта і продукти її перегонки	790227,9	1.8	11699572,3	23.6
Продукція хімічної та пов'язаних з нею галузей промисловості	1660611,8	3.8	6545865,2	13.2
Полімерні матеріали, пластмаси та вироби з них	561135,1	1.3	3245800,4	6.5
Шкури необроблені, шкіра вичинена	151973,2	0.4	251304,3	0.5
Деревина і вироби з деревини	1205909,2	2.8	250471,5	0.5
Маса з деревини або інших волокнистих целюлозних матеріалів	518033,7	1.2	954963,4	1.9
Текстильні матеріали та текстильні вироби	759500,6	1.8	1738662,6	3.5
Взуття, головні убори, парасольки	180442,7	0.4	267079,1	0.5
Вироби з каменю, гіпсу, цементу	363935,7	0.8	651367,1	1.3
Перли природні або культивовані, дорогоцінне або напівдорогоцінне каміння	103639,5	0.2	54595,9	0.1
Недорогоцінні метали та вироби з них	10124613,3	23.4	3012753,2	6.1
Машини, обладнання та механізми; електротехнічне обладнання	4276832,1	9.9	9902622,9	20.0
Засоби наземного транспорту, літальні апарати, плавучі засоби	625886,0	1.4	4182087,1	8.4
Прилади та апарати оптичні, фотографічні	151566,7	0.4	782952,3	1.6
Різні промислові товари	721082,6	1.7	719921,2	1.5



Навіть, якщо вітчизняні підприємства успішно продають свою продукцію з незначним рівнем переробки на зовнішніх ринках, розвиток цих галузей промисловості є екстенсивним варіантом економічного зростання. За обмеженості природних ресурсів такий шлях є згубним для національної економіки. Тим більше, що аналіз реального стану економічного розвитку України доказує вичерпаність екстенсивних факторів економічного зростання країни.

В той же час, аналіз динаміки структури імпорту показує зростання питомої ваги імпорту машин, обладнання, засобів наземного транспорту, літальних апаратів - продукції з високою доданою вартістю.

Якщо відкрити ринки на існуючому рівні розвитку України, можна залишитись в міжнародній ієрархії на своєму теперішньому місці (на місці аграрної країни, яка торгує корисними копалинами та аграрною продукцією навіть без первинної переробки: зерно, насіння і т. і.), таким чином закріпивши свою міжнародну спеціалізацію, яка майже не дозволяє створювати додану вартість і не дає можливості достойно поповнювати бюджет країни.

Таблиця 2

Додана вартість за витратами виробництва підприємств за видами економічної діяльності [2]

Роки	Обсяги реалізованої продукції (товарів, послуг) , млн. грн	Додана вартість за витратами виробництва підприємств за видами економічної діяльності, млн. грн.	Питома вага доданої вартості в загальному обсязі реалізації,%
2012	4203169.6	1015503.5	24.2
2013	4050215.0	977145.0	24.1
2014	4170659.9	1234090.1	29.6
2015	5159067.1	1329264.5	25.8
2016	6237535.2	1702670.5	27.3

Як видно з даних табл..2, додана вартість в загальному обсязі реалізованої продукції не перевищує 30%.

Основні тенденції розвитку світової економіки підтверджують, що економічне зростання можливе лише на основі інновацій.

Тому створення інноваційної господарської системи – невідкладна задача для України. Країна потребує не тільки технологічних змін, впровадження виробництва продукції з високою доданою вартістю, а й докорінних змін економічної політики, яка б врахувала удосконалення структурної, інституційної та фінансової складової і забезпечила впровадження інноваційної моделі розвитку країни, підвищення рівня конкурентоспроможності економіки України на світовому ринку.

Враховуюче значне здорожчання енергоресурсів, вплив робочої сили, країні необхідні не тільки технологічні зміни, впровадження виробництва продукції з високою доданою вартістю, а й докорінні зміни економічної політики, яка б врахувала удосконалення структурної, інституційної та фінансової складової і забезпечила впровадження інноваційної моделі розвитку країни, підвищення рівня конкурентоспроможності економіки України на світовому ринку.

#### Перелік посилань

1.Товарна структура зовнішньої торгівлі України.-Економічна статистика України - [Електронний ресурс] – Режим доступу <http://www.ukrstat.gov.ua/>

2. Додана вартість за витратами виробництва підприємств за видами економічної діяльності .-Економічна статистика України - [Електронний ресурс] – Режим доступу <http://www.ukrstat.gov.ua/>

**Остапенко А.О.** студентка гр. 072-17-1

**Науковий керівник: Крилова О.В.** к.т.н., доцент кафедри економічного аналізу та фінансів

*(Національний технічний університет "Дніпровська політехніка", м.Дніпро, Україна)*

## **ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ДЕРЖАВНОЇ ПІДТРИМКИ РОЗВИТКУ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ**

На сьогоднішній день розвиток малого та середнього бізнесу перебуває в нелегкому становищі. Тому одним із найважливіших завдань держави є підтримка малого та середнього підприємництва, тобто створення таких умов, які б дали змогу підприємцям повноцінно діяти в ринкових умовах. Спираючись на іноземний досвід невід'ємною складовою успіху розвитку малого та середнього підприємництва є підтримка з боку держави, зокрема це фінансова підтримка, але на сьогодні з державного бюджету на підтримку та розвиток малого та середнього підприємництва виділяється недостатня кількість фінансових ресурсів. Україна є на шляху до європейської інтеграції, але існує ряд проблем, які гальмують розвиток держави. Однією із них є слаборозвинена сфера малого та середнього бізнесу. Ці підприємства є досить поширеною й ефективною формою господарювання. Вони мають багато таких рис, які не можуть бути притаманні великим підприємствам. Зокрема, створення додаткових робочих місць – щорічно саме малий та середній бізнес створює більшу половину робочих місць; ефективність – малі та середні підприємства відрізняються високою ефективністю капіталовкладень; прибутковість – як свідчить статистика, з кожного вкладеного долару у малий та середній бізнес його інвестори отримують більше доходів, ніж інвестори великих підприємств.

Виділяють основні чинники, що стримують розвиток малого та середнього підприємництва в Україні, і до них, зокрема, можна віднести: недосконале та негнучке законодавство, що ускладнює формування та розвиток успішного підприємництва; високий рівень оподаткування, що обтяжує доходи підприємців і підвищує вірогідність банкрутства їхніх підприємств; стрімкий розвиток корупції, що перешкоджає діяльності підприємства та гальмує його розвиток; відсутність ефективних і недосконалих механізмів кредитування та страхування суб'єктів малого підприємництва; політична та економічна нестабільність, кризова ситуація, інфляція; низький освітній рівень та кваліфікація персоналу малих підприємств, відсутність соціальних гарантій [1]. Держава повинна бути зацікавлена в підтримці малого та середнього підприємництва, адже це позитивно вплине на національну економіку, тобто на розвиток країни. Так як страхувати малі підприємства не досить вигідно, адже великий ризик банкрутства, то одним із методів стимулювання малого та середнього підприємництва є створення страхових компаній, які будуть підтримувати розвиток малого та середнього підприємництва .

Заходи, які потрібно провести для підтримки малого та середнього підприємництва: забезпечення страхування кредитів малих підприємств; надання фінансової підтримки інноваційної діяльності; компенсацію видатків на інформаційне обслуговування; компенсацію видатків на отримання патентів, захист авторських прав тощо; розвиток бізнес-центрів та бізнес-інкубаторів з метою зменшення накладних витрат малих підприємств; посилення співпраці з міжнародними організаціями та фондами, що стимулюють розвиток малого та середнього бізнесу з боку як державних установ, так і державних регуляторних органів; збільшення суми коштів, передбачених у державному бюджеті на компенсацію відсотків, сплачених малими та середніми підприємствами банкам за кредитами, отриманими на інвестиційну діяльність[2].

Джерелом фінансування діяльності малих підприємств можуть стати також власні кошти підприємств, вивільнені за рахунок пільгового оподаткування. Наразі в Україні з

даною метою функціонує спрощена система оподаткування, обліку та звітності. Проблема подальшого функціонування даного податкового режиму в Україні потребує зважених та обґрунтованих підходів. На даному етапі економічного розвитку спрощене оподаткування виступає дієвим джерелом зменшення податкового навантаження на малий бізнес і трактується як пільгове оподаткування, тобто інструмент державної фінансової підтримки малого підприємництва. Однак, актуальними є твердження стосовно її невідповідності принципам оподаткування, використання спрощеної системи оподаткування надприбутковими видами діяльності, штучна мінімізація доходів, укладення договору із роботодавцем та працівником як із незалежним підприємцем, що сплачує єдиний податок та як наслідок ухилення від сплати податків [3].

Підписання Угоди про асоціацію із Європейським Союзом та введення в дію Угоди про поглиблену та всеосяжну зону вільної торгівлі між Україною та Європейським Союзом створюють можливості участі у програмах ЄС із розвитку бізнесу та сприяння виходу українського бізнесу на європейський ринок. Наразі особливу увагу варто звернути на програму EU SURE (EU Support to Ukraine to Re-launch the Economy) яка орієнтована на 2016-2020 рр. із прогнозованим бюджетом у 95 млн євро. Дана програма орієнтована на підтримку малого та середнього бізнесу у регіонах країни за рахунок технічної допомоги та консультацій стосовно дерегуляції бізнесу та вдосконалення програм національного та регіонального розвитку бізнесу, створенню регіональних центрів підтримки бізнесу, що сприятиме економічному зростанню та зайнятості, створенню експортоорієнтованої економіки. Передбачається також розвиток інструменту гарантування кредитів, що видаватимуться комерційними банками [4]. Також Україна приєдналась до програми COSME – програма підвищення конкурентоспроможності підприємств малого та середнього бізнесу із загальним бюджетом 2,3 млрд євро та розрахована на 2014-2020 рр. Україна братиме участь у тих частинах програми, що пов'язані із покращенням умов доступу на ринки, умов функціонування малих підприємств та формування культури ведення бізнесу [5].

Розвиток малого та середнього бізнесу напряму залежить від стимулювання держави, методів підтримки, зокрема фінансової. Вкрай важливо розробити превентивні заходи щодо активізації діяльності малих і середніх підприємств; визначити основні стратегічні і тактичні орієнтири розвитку малого та середнього підприємництва на державному, регіональному та місцевому рівнях; впровадити чіткі, реальні та дієві способи ефективною і результативною підтримки їхнього функціонування.

### **Перелік посилань**

1. Гордієнко Є. С. Державна підтримка розвитку малого підприємництва в Україні / Є. С. Гордієнко, А. О. Гордієнко, І. М. Сидоренко ; ДонНУЕТ // Dokument HTML. – Режим доступу : [www.pdaa.com.ua/np/pdf3/13.pdf](http://www.pdaa.com.ua/np/pdf3/13.pdf).
2. Пріоритети підвищення ефективності транскордонного співробітництва зміцнення конкурентоспроможності підприємництва західних регіонів України / Т. Г. Васильців, В. В. Борщевський, М. І. Флейчук та ін. ; за ред. Т.Г. Васильціва. – Львів : ЛФ НІСД, 2010. – С. 42–44
3. Проноза П.В. Податкова підтримка діяльності малих підприємств в Україні / П.В. Проноза // Проблеми економіки. – 2015. - №3. – С.77-85.
4. 14. EU aid to Ukrainian SMEs: EU SURE at a glance [Electronic source] / EU Cooperation News. – Mode of access: <https://euukrainecoop.com/2015/05/09/eusure/>
5. 12. COSME. Europe's programme for small and medium-sized enterprises [Electronic source] / European Commission. – Mode of access: <http://ec.europa.eu/growth/smes/cosme/>

УДК 658.56

**Попова Д.П., магістрант**

**Науковий керівник: Тимошенко Л.В., к.е.н., доц., доц. кафедри прикладної економіки та підприємництва,**

*(Національний технічний університет "Дніпровська політехніка", м. Дніпро, Україна)*

## **ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ ЯКОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ В УМОВАХ СУЧАСНОГО БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩА**

Функціонування організацій в умовах ринкової економіки передбачає співпрацю з безліччю вітчизняних і зарубіжних компаній. При цьому перевага віддається тим організаціям, які побудували систему менеджменту якості і вважають її основою їх господарювання. Тому формування системи менеджменту якості організації та забезпечення її в діючому стані в умовах сьогодення – це один з найважливіших аспектів в управлінні підприємством.

Міжнародна організація зі стандартизації визначає якість як сукупність властивостей і характеристик продукції чи послуг, що дають їм можливість задовольняти обумовлені або передбачувані потреби. Завдяки цьому стандарту вживаються такі поняття, як «забезпечення якості», «управління якістю». Під об'єктом якості може розумітися власне продукція, роботи або послуги, процес виробництва, організація, система.

Застосування стандартів – це перший крок до глобального управління підприємством і підвищення якості та конкурентоспроможності його товарів і послуг на ринках збуту [1]. Найбільш ефективно запитам ринку, споживача відповідає ідеологія системи загального управління якістю – TQM (Total Quality Management), технологією якої є міжнародні стандарти ISO серії 9000 [2].

Насамперед, організація повинна визначити мету втілення стандарту – заради отримання сертифіката або заради підвищення якості менеджменту. Формальне ж втілення стандарту є негативним процесом і полягає у [3]: формальній розробці політики якості; невимірності цілей у сфері якості; відсутності зворотного зв'язку зі споживачами продукції; існуванні системи управління якістю як окремої системи документації, яка, по суті, не впливає на виробничий процес; відсутність взаємозв'язків між підрозділами підприємства та відділом з якості; дисбалансі та не систематизованості в переліку обов'язків і повноважень персоналу в рамках системи управління якістю та посадових інструкціях; відсутності системи мотивації персоналу в рамках системи управління якістю та підприємства взагалі; низькій якості методичного забезпечення системи управління якістю та відсутності компетентного персоналу щодо забезпечення її результативного функціонування; відсутності аналізу функціонування системи управління якістю з боку вищого керівництва.

Запровадження системи управління якістю є стратегічним рішенням організації, що забезпечує міцне підґрунтя для ініціатив щодо сталого розвитку.

Система менеджменту якості (СМЯ) регламентує саму систему управління всією діяльністю підприємства. Головною відмінністю стандартів 9000:2000 від тих, що діяли раніше, є спрямування не на управління якістю продукції, а на управління процесами з її створення (процесний підхід) та оптимізацію цих процесів. Формування системи управління якістю на підприємстві передбачає виконання певних етапів [4]. На першому етапі визначаються потреби та очікування споживачів й інших зацікавлених сторін (партнерів, акціонерів, персоналу, тощо). На другому – виробляється стратегія і політика у сфері управління якістю. Потім визначаються необхідні для реалізації стратегії бізнес-процеси, методи і показники оцінки їх ефективності з точки зору якості. Відбувається вимір за заданими показниками, і реалізуються заходи з підвищення показників ефективності системи

управління якістю. Останнім етапом йде побудова і запуск процесу постійного вдосконалення системи управління якістю.

Формування СМЯ організації за означеними етапами сприяє забезпеченню переконаності всіх зацікавлених сторін (власників, споживачів, партнерів) у високих можливостях бізнес-процесів, які здійснюються в організації, та в якості кінцевого продукту. Цим досягається задоволеність зацікавлених сторін, а отже, насамкінець, – і успіх організації.

Слід зазначити, що деталізовані бізнес-процеси СМЯ можуть стати інформативним підґрунтям для управлінського аналізу структури витрат організації, визначення центрів витрат та відповідальності.

Автори роботи [5] наголошують на тому, що інтегровані системи управління якістю є одним із показників зрілості підприємства, який характеризує гнучкість управління, здібність до змін задовольняти вимогам різних стандартів менеджменту (ISO 9001, ISO 14001 тощо), але і наявність механізмів, що дозволяють найбільш ефективним чином використовувати загальні елементи побудови систем, зазначені у цих стандартах.

Будь-яка організація функціонує в умовах невизначеності та прагне максимізувати прибуток в умовах постійної зміни внутрішнього та зовнішнього середовища. Тому у СМЯ застосовують різноманітні технології управління ризиками, які спрямовані на цільовий пошук і організацію заходів зі зниження ступеня ризику у мінливому бізнес-середовищі. При реалізації технології управління ризиками в СМЯ організації необхідно враховувати її особливості, застосовувати методи зниження ризику і дотримуватися процедури її реалізації [6].

Отже, система менеджменту якості виступає одним із потужних інструментів, що завдяки використанню сучасних технологій і мінімізації витрат часу та коштів, сприяє підвищенню конкурентоспроможності організації, вирішенню проблеми задоволення вимог споживачів, а також забезпеченню безперебійності роботи організації, конкретизації та оптимізації функціонування кожної адміністративної й виробничої ланки, згуртуванню персоналу задля досягнення спільної мети.

#### **Перелік посилань**

1. Дубодєлова А.В. Впливові чинники процесу розроблення та впровадження системи управління якістю на вітчизняних підприємствах за міжнародними стандартами ISO СЕРІЇ 9000 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/9739/1/05.pdf>
2. Кириченко Л. С. Сертифікація та якість продукції в сучасних умовах господарювання / Л. С. Кириченко, Н. М. Чернухіна. – Львів, 2005. – 215 с.
3. Шаманська О. І. Система управління якістю як невід’ємна складова конкурентоспроможності підприємства / О. І. Шаманська. – Ефективна економіка – № 9 – 2014. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3363>
4. Прокопів Ю.В. Міжнародні стандарти якості в Україні та їх важливість в управлінні організацією / Ю.В. Прокопів // «Молодий вчений» – № 11 (26) – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://molodyvchenu.in.ua/files/journal/2015/11/120.pdf>
5. Глебова А.О. Системи управління якістю на підприємстві в умовах євроінтеграційних процесів / А.О. Глебова, Б.О. Карчевський // Глобальні та національні проблеми економіки – 2015 – Випуск 8. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.global-national.in.ua/archive/8-2015/73.pdf>
6. Аналіз ризиків управління в системі менеджменту якості підприємства / І. М. Посохов // Бізнес Інформ. - 2016. - № 1. - С. 311-316. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf\\_2016\\_1\\_53](http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2016_1_53)

**Руденко М.С., студентка гр. ФМ-16-3**

**Науковий керівник: Загорудько В.Л., к.м., доцент кафедри менеджменту**

*(Національний технічний університет «Дніпровська політехніка», м. Дніпро, Україна)*

## **КОНТРОЛЬ ЯК ФУНКЦІЯ ОПЕРАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ**

Контроль - це процес забезпечення досягнення організацією своєї мети. Контроль являється фундаментом всього процесу управління, тобто він допомагає вчасно виявити проблему і скорегувати її до того, доки вона не переросла у серйозну загрозу для підприємства. Предметом дослідження являється вплив окремих факторів на процеси, які відбуваються всередині організації. Об'єктом дослідження є підприємства, організації та їх елементи. З того моменту, як створили організацію, поставили цілі та задачі, керівники починають здійснювати функцію контролю. Контроль можна назвати невід'ємною частиною підприємства, оскільки без нього був би хаос, та було б неможливо об'єднати діяльність якихось груп. Важливо також те, що цілі, плани і структура організації як раз таки і визначають її напрям діяльності, розподіляючи її зусилля тим чи іншим чином і направляючи виконання робіт.

Контролювання передбачає: [4]

- оцінювання результатів діяльності організації загалом і її структурних підрозділів зокрема;
- оцінювання гнучкості управління, його здатності адекватно реагувати на
- зміни зовнішнього середовища і пристосовуватися до них;
- виявлення і аналіз факторів, які перешкоджають досягненню запланованих результатів; запобігання виникненню і накопиченню помилок;
- враховування конкретних внесків кожного у забезпечення кінцевого результату;
- формування зворотного зв'язку для інформування та заохочення персоналу;
- мінімізацію витрат;

Проблем, що виникають внаслідок впливу системи контролю, можна уникнути шляхом прийняття осмислених стандартів контролю, встановленням двостороннього зв'язку, униканням зайвого контролю, а також шляхом винагородження за певні досягнення заданих стандартів.

Класифікація контролінгу: [3]

1. За змістом:

- 1) фінансовий - зорієнтований на фінансову сферу підприємства і передбачає нагляд за надходженням і використанням його фінансових ресурсів;
- 2) виробничий - спрямований на підтримання перебігу виробничих процесів у запланованому режимі;
- 3) маркетинговий - спрямований на оцінку рівня реалізації та ефективності маркетингової концепції підприємства.

2. За характером відносин між керівниками та підлеглими:

- 1) внутрішній - виконавець сам контролює якість своєї роботи;
- 2) зовнішній - дії виконавця контролює безпосередній керівник або незалежний суб'єкт управління (наприклад, аудиторська фірма).

3. За сутністю завдання:

- 1) лінійний - контролюється об'єкт загалом;
- 2) функціональний - контролюється лише його частина.
- 3) операційний - контроль лише однієї окремої характеристики стану та поведінки об'єкта.

4. За якісними характеристиками:

- 1) одиничний - контроль одного параметра;
- 2) множинний - контроль багатьох параметрів;

3) багатofункціональний - контроль даних, які використовують для оцінювання різних управлінських функцій.

5. За етапами проведення:

1) попередній контроль - реалізується ще до фактичного початку роботи і дає змогу оцінити якість ресурсів, які використовуватиме організація;

2) поточний контроль - здійснюється в процесі роботи на певних її етапах. Увагу зосереджено на якості видів діяльності, що забезпечують процес перетворення вхідних ресурсів на готову продукцію. У процесі поточного контролю використовують систему зворотного зв'язку, яка передбачає надання керівництву інформації про виконану роботу. Зворотний зв'язок працює у вигляді періодичної звітності. Поточний контроль дає змогу швидко визначити причини виникнення проблем;

3) підсумковий (завершальний) контроль - здійснюється після завершення трудової операції. Спрямований на оцінювання якості роботи, кінцевої продукції чи послуг. Дає змогу керівництву визначити, наскільки реальними є складені плани; сприяє формуванню дієвого мотиваційного середовища в організації, якщо її керівництво пов'язує винагороди з отриманням певного результату.

Необхідно визнати, що контролінг є одним з основних елементів, що формують систему управління підприємством. При цьому сучасний менеджмент поділяє цілі підприємства на дві групи: оперативні (короткострокові) та стратегічні (довгострокові, перспективні). А значить, контролінг як система включає в себе два основних аспекти (підсистеми): стратегічний та оперативний.

Сутність оперативного контролінгу полягає у формуванні засобів і методів ефективного управління поточними цілями підприємства, які можуть бути визначені як прибутковість і ліквідність.

Сутність стратегічного контролінгу полягає в забезпеченні виживання підприємства, його орієнтації на потенціал успіху, який може бути охарактеризований як шансами і ризиками.

На практиці існує тісний взаємозв'язок між оперативним і стратегічним контролінгом. При стратегічній постановці питання завжди домінує питання оперативної здійсненності і навпаки - оперативні проблеми прибутковості можуть бути не ідейними при нехтуванні стратегічної постановки питання. Цей взаємозв'язок завжди носить фундаментальний характер.

Отже, основне призначення контролінгу полягає в орієнтації системи управління підприємством на досягнення поставлених цілей. Контролінг при цьому є складною конструкцією, що поєднує в собі різні елементи функцій управління і використовує їх у розв'язанні задач оперативного і стратегічного характеру. Внаслідок цього, контролінг забезпечує синтетичний, цілісний погляд на діяльність підприємства в минулому, сьогоденні і майбутньому, комплексний підхід до виявлення та вирішення проблем, які постають перед підприємством.

### **Перелік посилань**

1. Капінос, Г. І. Операційний менеджмент: Навч. посібн. Реком. МОНУ для студ. ВНЗ / Г. І. Капінос, І. В. Бабій. – К.: ЦУЛ, 2013. – 352с.
2. Марченко Д.М. Удосконалення організації внутрішнього фінансового контролю підприємств // Актуальні проблеми економіки. – 2010. – № 2. – С. 163 – 171.
3. Семенов А.К., Набоков В.І. «Основи менеджменту» / М: Дашков і ін., 2009 рік, 576 стор.
4. Контролювання як функція менеджменту (Електронний ресурс) / Спосіб доступу: URL: <http://library.if.ua/book/36/2440.html>. Заголовок з екрана.
5. Мескон М., Хедоурі Ф., Альберт М., «Основи менеджменту», 3-е видання; пер. з англ. / М.: ТОВ «І.Д. Вільямс», 2008 рік - 672 с.
6. Томілов В.В. «Менеджмент» / М.: Юрайт-вид., 2003 рік.

УДК 334

**Русакова К. О., студентка гр. 051-16в**

**Науковий керівник: Герасименко Т. В., к.г.н., доцент кафедри економіки підприємства  
(Національний технічний університет «Дніпровська політехніка», м. Дніпро, Україна)**

## **ВПЛИВ НАУКОВОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ ПРАЦІ НА ПРИБУТОК ПІДПРИЄМСТВА**

Основним фактором покращення результативності праці є підвищення рівня організації праці (надалі – ОП) на підприємстві в цілому, що несе великі потенційні можливості для підвищення прибутку на підприємстві. Наукову організацію праці можна визначити, як сукупність заходів, спрямованих на розумне поєднання праці робітників із засобами виробництва, метою якої є досягнення високої продуктивності праці і збереження здоров'я та працездатності робітників. Форми ОП на підприємстві залежать від науково-технічного прогресу, системи організації виробництва, умов зовнішнього і внутрішнього середовищ.

На прикладі країн світу можна побачити, що впровадження різних методів наукової організації праці надало можливість підвищити обсяги продукції, ефективність праці, знизити собівартість продукції, матеріальні витрати на її виготовлення. Наприклад, американська система передбачає вкладання великих коштів в нове обладнання, це призводить до вищої продуктивності праці. На підприємствах існують різноманітні оздоровчі заходи (відвідування басейну, заняття з аеробіки), консультування з харчування для підтримки ваги, боротьба з негативними звичками, адже американські вчені знайшли залежність між станом здоров'я працівника та продуктивністю праці. В Німеччині вважають, що конвеєрна робота вичерпала свої можливості, адже система масового виробництва з одноманітною ручною працею призводить до зниження продуктивності та погіршення здоров'я працівників, тому приділяється увага груповій роботі.

Досліджено підприємство з масовим виробництвом однотипної продукції. Спочатку розраховано основні економічні показники для базового періоду, потім розраховано приріст (або зменшення) відповідних показників після впровадження на підприємстві заходів, щодо наукової організації праці (групова робота, зацікавлення працівників за допомогою матеріальних заохочень, підвищення заробітної плати, використання сучасного обладнання, нормування графіку робочого часу). Для того, щоб оцінити ефективність використаної методики покращення виробничих результатів на підприємстві, розраховано планову рентабельність виробу, та визначено приріст планової рентабельності. Для графічного обґрунтування дослідження побудовано графік функціональної залежності собівартості і прибутку від обсягу виробництва продукції.

**Розрахунки показників підвищення економічної ефективності підприємства на плановий період:**

1. Приріст прибутку від зростання обсягу продукції:

$$\Delta П_{\Delta Q} = 186,67 \cdot 5600 \cdot 0,11 = 114988,72 \text{ грн}$$

2. Зниження собівартості за рахунок:

– зміни матеріальних витрат на одиницю продукції:

$$\Delta C_{МЗ} = 440 \cdot 0,02 - 492,8 \cdot 0,028 = 8,8 - 13,8 = -5 \text{ грн/од.}$$

– зміни витрат на заробітну плату робітників на одиницю продукції:

$$C_{зпвр} = (1,11/1,12 - 1) \cdot 79,06 \cdot 1,08 = -0,762 \text{ грн/од.}$$

– зміни нарахувань на заробітну плату:

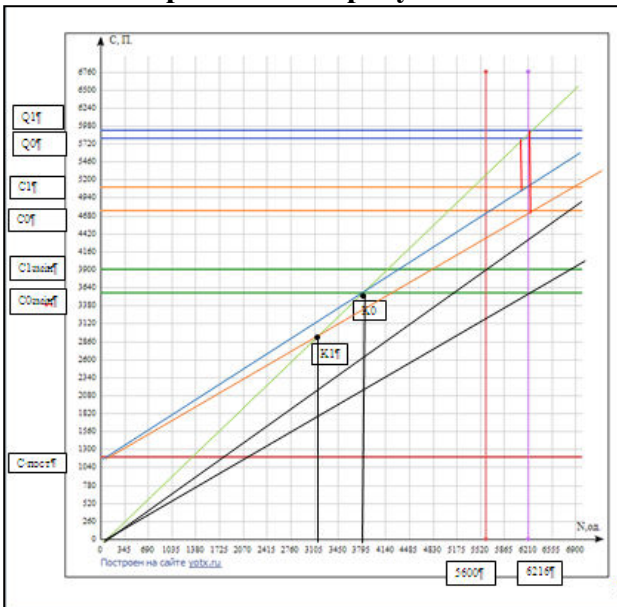
$$\Delta C_{Нзпвр} = 0,762 \cdot 0,368 = -0,28 \text{ грн/од.}$$

– зниження витрат на постійні витрати на одиницю продукції:



- $\Delta c_{\text{пост}} = 848,48 \cdot 0,25 \cdot 0,11 = 23,33 \text{ грн/од.}$
3. Собівартість одиниці продукції у плановому періоді:  
 $c_{1к} = 848,48 - 29,372 = 819,108 \text{ грн/од.}$
  4. Приріст прибутку за рахунок зниження собівартості продукції:  
 $\Delta Пс = 29,372 \cdot 5600 \cdot 1,11 = 182576,352 \text{ грн.}$
  5. Загальний приріст прибутку:  $\Delta П = 114988,72 + 182576,352 = 297565,072 \text{ грн.}$
  6. Загальна рентабельність від основної діяльності в плановому році:  
 $R_{1\text{заг}} = 1342,917 \cdot 100 / (1200 + 700 + 30) = 69,58 \%$
  7. Приріст загальної рентабельності:  $\Delta R_{\text{заг}} = 69,58 - 54,16 = 15,42 \%$
  8. Планова рентабельність виробу:  $R_{1В} = 216,042 / 819,18 \cdot 100 = 26,37 \%$
  9. Приріст рентабельності виробу:  $\Delta R_{В} = 26,37 - 22,0 = 4,37 \%$

### Графік функціональної залежності собівартості і прибутку від обсягу виробництва продукції



Площа зони збитковості для базового періоду більша, ніж площа зони збитковості для планового періоду, а точка беззбитковості для планового періоду  $K_1$  знаходиться ближче до початку координат, ніж  $K_0$  для базового періоду.

На основі проведених розрахунків показників підвищення економічної ефективності підприємства на плановий період можна зробити висновок, що впровадження заходів наукової організації праці на підприємстві позитивно вплинуло на результат його діяльності. За допомогою удосконалення системи оплати праці робітників, а саме, заробітна плата була підвищена на 8 %, збільшився обсяг товарної продукції, яку робітники виготовляють протягом певного періоду. На збільшення прибутку також вплинуло зниження собівартості продукції. Цей процес можна забезпечити кількома засобами: використання вторинної сировини, автоматизація роботи, впровадження сучасних технологій виробництва. Завдяки наведеним заходам загальна рентабельність від основної діяльності в плановому році повинна збільшитися на 15,42 %, а рентабельність виробу на 4,37 %. Це надасть можливість

На графіку наявні наступні показники:

**На осі X:**  $N_0 = 5600$  од. – обсяг тов. продукції базового періоду;  $N_1 = 6216$  од. – обсяг тов. продукції планового періоду;  $N_{0\text{min}} = 3790$  – мінімальний обсяг товару для забезпечення беззбитковості виробництва у базовому періоді;  $N_{1\text{min}} = 3105$  – мінімальний обсяг товару для забезпечення беззбитковості виробництва у плановому періоді.

**На осі Y:** Обсяги товарної продукції базового  $Q_0$  (5,797 тис.грн) і планового  $Q_1$  (5,912 тис. грн) періодів; постійні витрати повної собівартості:  $C_0 \text{ пост} = C_1 \text{ пост} = 1,188$  тис. грн; змінні витрати повної собівартості товарної продукції базового  $C_0 \text{ змін}$  і планового  $C_1 \text{ змін}$  періодів дорівнюють 3,563 і 3,904 тис. грн; повна собівартість товарної продукції базового  $C_0$  і планового  $C_1$  періодів:  $C_0 = 4,751$  тис.грн,  $C_1 = 5,092$  тис. грн.

$K_0$  і  $K_1$  – точки, при яких вартість товару дорівнює його собівартості.

підприємству розвиватися, бути конкурентоспроможним на ринку збуту продукції, отримувати стабільний прибуток, поступово його збільшуючи.

### **Перелік посилань**

1. Бойчик І.М., Харів М.С., Хопчан М.І., Економіка підприємства – К.: 2004. – 298с.
2. Цал-Цалко Ю.С. Витрати підприємства: навчальний посібник. – К.: 2008.

УДК 338.242.2

Тавадзе Т.Д. студентка гр.072м-17з

Науковий керівник: Штефан Н.М., к.т.н., доцент кафедри економічного аналізу і фінансів

(Національний технічний університет "Дніпровська політехніка", м. Дніпро, Україна)

## УПРАВЛІННЯ ГРОШОВИМИ ПОТОКАМИ ЯК СКЛАДОВА СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ВАРТІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Вартість підприємства відображає його фінансове становище, економічну ефективність, перспективи діяльності, і може бути виражена через вартість майна, ринкову вартість корпоративних прав та ін. [1] Основним джерелом вартості, яким можна управляти, є грошовий потік підприємства, який підприємство може генерувати сьогодні і зможе генерувати в майбутньому.

Для забезпечення ефективного управління вартістю підприємства необхідне сформуванню системи управління вартістю підприємства. Це підходи та методи визначення вартості підприємства, система показників для оцінки вартості підприємства та факторів впливу на зміну вартості підприємства.

Послідовність управління вартістю підприємства наступна:

1. Визначення мети управління вартістю підприємства – максимізація вартості підприємства.
2. Визначення факторів максимізації вартості підприємства.

До зовнішніх факторів відносять економічні, екологічні, фондові, політичні, соціальні, зокрема рівень конкуренції в галузі, надійність постачальників, нормативні акти, що видаються державою, загальноекономічну ситуацію в країні.

Внутрішні фактори включають:

- виробничі (стан виробничих потужностей, науково-технічні, операційні)– максимізація вартості підприємства за рахунок впровадження інноваційно- інвестиційних проектів у виробничу діяльність підприємства для збільшення доходу від основної діяльності (збільшення вартості підприємства як за рахунок збільшення грошового потоку – дохідний підхід; так і за рахунок збільшення основних фондів підприємства в результаті впровадження нового обладнання – майновий підхід).
- фінансово- інвестиційні - максимізація вартості підприємства за рахунок оптимізації структури капіталу – визначення обґрунтованої вартості підприємства на базі середньозваженої.

Збільшення грошового потоку підприємства залежить від формування оптимального вибору обсягу реалізації продукції (товарів, послуг) і формування задачі збільшення грошового потоку полягає в наступному:

з масиву  $Z$ , що складається з об'ємів виробництва (торгівлі) за різними видами діяльності (продукції), необхідно відібрати для включення в план виробництва (торгівлі)  $X_i$  заходів ( $X_i \leq Z$ , випуск (реалізація) яких забезпечить максимальну при даних витратах величину економічного ефекту.

Функція цілі економіко-математичної моделі має вигляд:

$$\sum_{i=1}^n \Pi_i \times X_i \rightarrow \max \quad (1)$$

де  $\Pi_i$  - прибуток при реалізації  $i$ -го виду діяльності, грн.;

$X_i$  - булева змінна;

$i$  – номер виду продукції.

Максимізація прибутку за допомогою економіко-математичної моделі оптимізації обсягу реалізації продукції (товарів, послуг) здійснюється в умовах наступних обмежень:

- ліміт оборотних коштів, які є в розпорядженні підприємства:

$$\sum_{i=1}^n F_i \times X_i \leq OA \quad (2)$$

де  $F_i$  – витрати підприємства, необхідні для виконання  $i$ -го виду діяльності (продажу  $i$ -го виду продукції), грн;

$X_i$  – булева змінна;

$OA$  – оборотні активи підприємства, грн.

- ліміт об'ємів по деяким видам продукції, зв'язаних з розмірами складу:

$$\sum_{i=1}^n S_i \times X_i \leq S \quad (3)$$

де  $S_i$  – площа, яку можуть використовувати при зберіганні  $i$ -го виду продукції, куб. метрів;

$S$  – загальна площа складу, якими володіє підприємство.

- ліміт заказів по деяким видам продукції (величина попиту):

$$\sum_{i=1}^n K_i \times X_i \leq K \quad (4)$$

де  $K_i$  – кількість заказів, які можуть бути виконанні, штук;

$K$  – кількість заказів, на які може заключити договори підприємство.

- ліміт об'ємів поставок імпортного матеріалу (товару) по деяким видам продукції, зв'язаних з обмеженнями контрактів.

$$L_{\min} \leq \sum_{i=1}^n L_i \times X_i \leq L_{\max} \quad (5)$$

де  $L_i$  – об'єм поставок, од;

$L_{\max}$  – максимальний об'єм поставок, од.,

$L_{\min}$  – мінімальний об'єм поставок, од.

Сучасні умови господарювання українських підприємств визначаються загостренням конкуренції на ринках усіх типів – товарних, ресурсних, грошових. Зайняти лідируючу позицію на товарному ринку можна за рахунок пропозиції кращого товару, на ресурсному ринку досягненню лідируючої позиції підприємству сприятиме встановлення довготермінових зв'язків із найкращими постачальниками ресурсів на найбільш вигідних умовах. Підписання вигідної для підприємства фінансової угоди щодо залучення потенційного власника грошових коштів для інвестування у діяльність підприємства можливе в разі обґрунтування потенційному інвесторові обов'язкового зростання вартості даного підприємства в результаті реалізації конкретних проектів. Тому питання управління вартістю підприємства є актуальним, а максимізація вартості стає стратегічною метою розвитку підприємства.

#### Перелік посилань

1. Щербаков В.А. Оценка стоимости предприятия (бизнеса) [Електронний ресурс] / В.А. Щербаков, Н.А. Щербакова. — М. : Омега-Л, 2006. — 288 с. – Режим доступу :

[http://www.cons-s.ru/media/matherials/Scherbakovy\\_otsenka\\_biznesa.pdf](http://www.cons-s.ru/media/matherials/Scherbakovy_otsenka_biznesa.pdf)

УДК 005.8

**Шовгеля І. М., студентка гр. 8-УП (УП1726)**

**Науковий керівник: Гордєєва І. О., к. т. н., доцент, доцент кафедри «Економіка та менеджмент»**

*(Дніпропетровський національний університет залізничного транспорту імені академіка В. Лазаряна, м. Дніпро, Україна)*

## **ПРОЕКТ ОРГАНІЗАЦІЇ ВИРОБНИЦТВА ДИЗАЙНЕРСЬКИХ НАСТІННИХ ПОКРИТТІВ**

**Актуальність дослідження.** Ринок продукції для оформлення внутрішніх інтер'єрів переживає бурхливе зростання, який стимулюється новими можливостями, наданими технологіями цифрового друку.

В даний час художньо-декоративне оформлення зачіпає практично кожну людину і всі аспекти її життя. Використання цифрових технологій, видозміна цілих партій продукції і навіть її індивідуальна персоналізація надають потужні інструменти для реалізації конкурентних переваг в бізнесі. Портфель технологій і рішень розроблений з метою сприяння використанню всіх можливих переваг у сфері оформлення інтер'єрів. Нові технології цифрового друку дозволяють вийти на нові ринки, забезпечити конкурентні переваги в мінливих умовах і відкрити нові можливості отримання прибутку для бізнесу.

Результати проведеного аналізу ринку настінних покриттів також свідчать, що дана галузь знаходиться на підйомі. І, як наслідок, зростає популярність дизайнерських фотошпалер, а також прогнозується стабільний попит на них у майбутньому. Отже, за результатами дослідження, є доцільним створити організацію з виробництва дизайнерських настінних покриттів, яка буде спеціалізуватись на виробництві безшовних дизайнерських фотошпалер.

**Мета дослідження** – розробка проекту організації виробництва дизайнерських настінних покриттів.

**Об'єкт дослідження** – створення виробництва для друку дизайнерських настінних покриттів.

**Предмет дослідження** – процес управління проектом створення виробництва для друку дизайнерських настінних покриттів.

**Методи дослідження** - аналітичні методи, метод аналізу літературних даних при дослідженні сутності формування портфелю проектів, експертних оцінок при аналізі альтернативних проектів, метод економіко-математичного моделювання при розробці проекту.

З юридичної, фінансової та господарської точки зору підприємство доцільно створювати з приватною формою власності, як товариство з обмеженою відповідальністю. Статутний фонд обирається власником при реєстрації підприємства і може становити будь-яку суму.

Сумарна потреба в інвестиціях для запуску виробництва складає 1 300 000,00 грн., що відповідає технічним вимогам проекту. Необхідні кошти планується отримати за рахунок інвестора, який також являється замовником проекту, а також за рахунок лізингового кредитування.

Сформовано три проектні альтернативи:

1. Проект створення інтернет-магазину, що буде займатися прийомом замовлень від споживачів, обробляти їх та передавати замовлення на виробництво до існуючих підприємств з виробництва дизайнерських безшовних настінних покриттів.

2. Проект створення дизайнерського бюро, що буде займатися прийомом замовлень від споживачів, розробляти дизайни помешкань та настінних покриттів, та передавати розроблені макети на виробництво до існуючих підприємств з виробництва дизайнерських безшовних настінних покриттів.

3. Проект створення виробничого підприємства, що буде займатися прийомом замовлень від споживачів, розробляти дизайни настінних покриттів, та виробляти дизайнерські безшовні настінні покриття.

Із кількісної інтегральної оцінки варіантів альтернативних проектів, третій проект має найбільший бал і таким чином має більшу життєздатність.

Було побудовано дерево цілей, до яких відноситься:

- досягти лідируючого положення в галузі, шляхом збільшення частки ринку до 25% за рахунок якості та екологічності на рівні європейських країн, розширення асортименту та наймання кваліфікованого персоналу
- забезпечити випуск безкоштовних шпалер в обсягах не менше 30 000 м<sup>2</sup> в місць;
- отримання максимального прибутку, не менше 25%.

Розроблено основні параметри майбутнього підприємства з виробництва дизайнерських настінних покриттів:

- Методика друку - широкоформатний латексний друк;
- Якість - відповідає європейським стандартам;
- Види шпалер: безшовні фотощпалери на текстильній основі, безшовні фотощпалери на флізеліновій основі, зносостійкі шпалери.

Структура організації з виробництва дизайнерських настінних покриттів, згідно поставленим цілям і організаційній формі, включає директора, бухгалтера, дизайнера, художника, менеджерів з продажу та постачання, та інших.

До основних зацікавлених сторін проекту відносяться: керівник проекту, команда проекту, постачальники, підрядники, орендодавці, податкова служба України.

#### **Висновок**

Проведено фінансово-економічний аналіз проекту до якого увійшли фінансовий прогноз та розрахунки чистого прибутку. Навіть з урахуванням вартості коштів інвестора учасі можемо констатувати, що проект демонструє досить звичайні показники окупності і можна з упевненістю розраховувати на вихід до точки беззбитковості вже за два роки та 2,5 місяці активної фази реалізації проекту.

Тривалість проекту – 7 місяців.

Даний проект не є інноваційним, так як на ринку є аналоги.

#### **Перелік посилань**

1. Дипроуз Д. Управление проектами [Текст] : монография: [пер. с англ.] / Д. Дипроуз. – М. : Эксмо, 2008. – 238 с. : рис. – (Высокий старт). – ISBN 978-5-699-22940-6.

2. Дубровина Л. А. Минимум управления, максимум управляемости [Текст]: руководителем б-к о Всеобщ.упр. на основе качества / Л. А. Дубровина. – М. : Гранд : ФАИР-пресс, 2004. – 399 с. – (Специальный издательский проект для библиотек). – ISBN 5-8183-0635-6.

3. Бреслав Е.П., Алгоритмы оценки экономической эффективности инвестиций для руководителей проектов [Текст] / Е.П.Бреслав // Управление проектами та розвиток виробництва. – 2006. – №4 (20). – С. 88-101.

УДК 338.515:631.11

Яричевська С.Я, студентка гр. БФ-33а

Науковий керівник: Торяник Ж.І., доцент кафедри ЗЕД та фінансів

(Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»)

## ПРИБУТОК ЯК ЕКОНОМІЧНА КАТЕГОРІЯ ТА РЕЗУЛЬТАТ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Вітчизняна економіка сьогодні характеризується наявністю значної кількості збиткових підприємств, при цьому криза прибутковості носить системний характер, більшість українських підприємств сьогодні не отримують прибуток, та мають тенденції до погіршення результативності діяльності. З огляду на це виникає об'єктивна необхідність розробки дієвих методів та конкретних заходів, щодо управління прибутком.

Слід розуміти, що прибуток - це певний гарант прогресу економічної системи, а його відсутність - найяскравіший доказ регресу й соціального напруження. Він є показником, що відображає фінансовий результат господарської діяльності підприємства, характеризує ефективність виробництва, обсяг і якість виробленої продукції, стан продуктивності праці, рівень собівартості. Зміст будь-якої підприємницької діяльності полягає у досягненні економічного ефекту у вигляді прибутку.

Підходи до визначення поняття «прибуток» у сучасній економічній літературі представлені у таблиці 1.

Таблиця 1

Підходи до визначення поняття «прибуток»

Автор, джерело	Визначення
Абалкин Л. И. [1]	Прибуток – це перевага від продажу товарів та послуг над витратами на виробництво і продаж цих товарів
Мочерний С. В. [2]	Прибуток – одна з форм чистого доходу в умовах розвинутих товарно-грошових відносин, що виражає вартість додаткового і частково необхідного продукту, за своєю величиною – це різниця між продажною ціною товару і витратами на його виробництво
Золотогоров В. Г. [3]	Прибуток – це сума коштів, на яку дохід підприємства перевищує витрати
Бандурко О. М., Коробов М. Я., Орлов П. І., Петрова К. Я. [4]	Прибуток підприємства – це перевищення доходів від його діяльності над сумою видатків, він являє собою єдину форму його власних нагромаджень.
Загородній А. Г., Вознюк Г.Л., Смовженко Т. С. [5]	Прибуток – це економічна категорія, різниця між валовим виторгом (без податку на додану вартість і акцизного збору) та витратами на виробництво і реалізацію продукції (робіт, послуг)
Райзберг Б. А., Лозовский Л. Ш., Стародубцева Е. Б. [6]	Прибуток – це перевищення доходів від продажу товарів та послуг над затратами на виробництво та продаж цих товарів

Різні дослідники по різному визначають сутність прибутку, акцентують увагу на його соціальному чи фінансовому змісті, проте є і спільні риси в поглядах різних вчених, вони визначають прибуток як фінансовий результат – сальдо доходів та витрат підприємства.

Отже, можна сказати, що в сучасних умовах серед вітчизняних та закордонних вчених та їх теорій існують різні точки зору поняття прибутку. Проаналізувавши дані поняття виходить, що прибуток як економічна категорія становить кінцеву грошову оцінку фінансової та виробничої діяльності та є важливим показником фінансових результатів підприємства та його фінансового стану і виступає об'єктом управління, при цьому створюється він тільки в результаті реалізації продукції, виконання робіт та послуг. Як економічний показник, прибуток дозволяє поєднати економічні інтереси держави, підприємства, як господарюючого суб'єкта, власників та робітників.

Оскільки прибуток є результативним показником діяльності підприємства та виражається в абсолютному виразі, і його величина впливає на формування фінансових ресурсів підприємства; збільшення ринкової вартості підприємства, ефективність виробничої діяльності підприємства та економічний розвиток держави, то ним необхідно ефективно управляти.

З економічної точки зору механізм управління прибутком підприємства включає такі елементи: цілі та завдання управління; принципи управління; методи управління; організаційне та інформаційно-аналітичне забезпечення управління; ресурси управління (матеріальні, нематеріальні, трудові, фінансові, інвестиційні, інформаційні); нормативно-правове забезпечення управління; програмно-технічне забезпечення управління.

До завдань управління прибутком підприємства можна віднести: планування необхідного рівня прибутковості від операційної, інвестиційної та фінансової діяльності підприємства; виявлення резервів зростання прибутку підприємства; визначення припустимого рівня ризиків, пов'язаних із операційною та фінансово-інвестиційною діяльністю підприємства; забезпечення ефективного контролю за розподілом та використанням прибутку підприємства.

Таким чином, управління прибутком підприємства можна охарактеризувати як сукупність фінансово-правових та організаційно-технічних механізмів та методів прогнозування, планування і контролю доходів підприємства з метою забезпечення оптимального рівня рентабельності суб'єкта в довгостроковій перспективі, а також досягнення інших цілей корпоративної стратегії, яка представляє собою процес розробки і прийняття управлінських рішень. Управління формуванням прибутку підприємств має бути спрямоване на максимізацію розміру позитивного фінансового результату шляхом підвищення обсягів його діяльності, ефективного управління витратами, підвищення ефективності використання матеріально-технічної бази та системи управління суб'єктом господарювання загалом.

### **Перелік посилань**

1. Экономическая энциклопедия / под ред. Абалкина Л. И. – М.: Серия «Экономика», 2009. – 1054 с.
2. Економічний довідник / За ред. Мочерного С. В. – К.: Феміна, 2005 – 368 с.
3. Золотогоров В. Г. Энциклопедический словарь по экономике. – Мн.: Полымя, 2012. – 416 с.
4. Бандурко О. М., Коробов М. Я., Орлов П. І., Петрова К. Я. Фінансова діяльність підприємства. – К.: Либідь, 2008. – 310 с.
5. Загородній А. Г., Вознюк Г.Л., Смовженко Т. С. Фінансовий словник. – 4-те вид., випр. та доп. – К.: Т-во «Знання», 2005. – 506 с.
6. Райзберг Б. А., Лозовский Л. Ш., Стародубцева Е. Б. Современный экономический словарь. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2005. – 480 с.



