

# Том 14

## Економіка і управління у промисловості

УДК 681.518.54

**Баринів А.В.**, студент гр. Бс-Мн-14-2**Науковий керівник: Тютченко С.М.**, ст.викл. кафедри менеджменту виробничої сфери  
(Державний ВНЗ "Національний гірничий університет", м. Дніпро, Україна)**ЕТАПИ ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ НА ПІДПРИЄМСТВІ**

Інвестиційна діяльність підпорядкована довгостроковим цілям розвитку підприємства і тому здійснюється відповідно до його інвестиційної стратегії, яка є складовою частиною загальної стратегії економічного розвитку підприємства, підпорядкована їй і узгоджується з нею за цілями та етапами розвитку. Таким чином, інвестиційна стратегія розглядається як найважливіший фактор забезпечення ефективного розвитку підприємства за обраною ним загальноекономічною стратегією.

Зміст інвестиційної стратегії підприємства визначається як система довгострокових цілей інвестиційної діяльності підприємства і вибору найбільш ефективних шляхів їх досягнення з врахуванням кон'юнктури інвестиційного ринку загалом і окремих його сегментів [1].

Інвестиційну стратегію визначають ще як генеральний план дій у сфері інвестиційної діяльності підприємства, який визначає пріоритети її напрямів і форм, характер формування інвестиційних ресурсів і послідовність етапів реалізації довгострокових інвестиційних цілей.

Інвестиційна стратегія як процес стратегічного управління інвестиційною діяльністю, включає:

- тактичне управління інвестиційною діяльністю, яке зводиться до формування інвестиційного портфеля;
- оперативне управління інвестиційною діяльністю, яке здійснюється через оперативне керування окремими проектами та програмами.

Розробка інвестиційної стратегії відіграє велику роль у забезпеченні ефективного розвитку підприємства і дозволяє вирішити такі завдання[2] :

- 1) забезпечити механізм реалізації довгострокових загальних та інвестиційних цілей майбутнього економічного і соціального розвитку підприємства загалом й окремих його структурних одиниць;
- 2) забезпечити максимальне використання внутрішнього інвестиційного потенціалу підприємства і можливість активного маневрування інвестиційними ресурсами;
- 3) забезпечити можливість швидкої реалізації нових перспективних інвестиційних можливостей;
- 4) мінімізувати негативні для діяльності підприємства наслідки зміни чинників зовнішнього інвестиційного середовища, які неможливо передбачити заздалегідь;
- 5) визначити переваги інвестиційної діяльності підприємства порівняно з його конкурентами;
- 6) забезпечити чіткий взаємозв'язок стратегічного, поточного та оперативного управління інвестиційною діяльністю підприємства;
- 7) формувати значення основних критеріїв оцінок вибору реальних інвестиційних проектів і фінансових інструментів;
- 8) забезпечити базові передумови стратегічних змін загальної організаційної структури управління підприємства.

Формування інвестиційної стратегії базується на прогнозуванні кон'юнктури інвестиційного ринку, умов проведення інвестиційної діяльності та на вже досягнутому інвестиційному рівні підприємства. Крім того, враховуються можливості й обмеження розвитку інвестиційної діяльності підприємства.

Складність формування стратегії полягає у тому, що вибір інвестиційної стратегії пов'язаний з пошуком і оцінкою альтернативних варіантів інвестиційних рішень, які найбільше відповідають меті підприємства і перспективам його розвитку. Певні складності є і в тому, що інвестиційна стратегія не є незмінною, а потребує постійного перегляду з урахуванням змін зовнішнього середовища, нових можливостей підприємства, що виникають з часом.

Процес формування інвестиційної стратегії підприємства поділяється на такі етапи [3]:

1. Визначення загального періоду формування інвестиційної стратегії, яка залежить від тривалості періоду формування загальної стратегії розвитку підприємства; передбачуваності розвитку економіки загалом і кон'юнктури тих сегментів інвестиційного ринку, з якими пов'язана майбутня інвестиційна діяльність підприємства.

2. Дослідження чинників зовнішнього інвестиційного середовища і кон'юнктури інвестиційного ринку спрямоване на визначення економіко-правових умов інвестиційної діяльності підприємства і можливої їхньої зміни в майбутньому.

3. Оцінка сильних і слабких сторін підприємства дозволяє визначити, чи володіє підприємство достатнім потенціалом, щоб скористатися новими інвестиційними можливостями, а також які внутрішні його характеристики послаблюють результативність інвестиційної діяльності.

4. Формування стратегічних цілей інвестиційної діяльності забезпечує вибір найбільш ефективних напрямів реального і фінансового інвестування, формування достатнього обсягу інвестиційних ресурсів і оптимізації їхнього складу, прийнятність рівня інвестиційних ризиків у процесі здійснення майбутньої господарської діяльності тощо.

5. Аналіз стратегічних альтернатив і вибір стратегічних напрямків та форм інвестиційної діяльності передбачає пошук альтернатив рішення щодо поставлених стратегічних інвестиційних цілей; їх оцінку з позицій зовнішніх можливостей і загроз, а також реального внутрішнього інвестиційного потенціалу.

6. Визначення стратегічних напрямків формування інвестиційних ресурсів передбачає прогнозування загального обсягу необхідних інвестиційних ресурсів відповідно до стратегічних напрямів і форм реального та фінансового інвестування з диференціацією за окремими етапами стратегічного періоду; оптимізацію структури джерел фінансування, виходячи із забезпечення фінансової рівноваги підприємства в процесі його розвитку.

7. Формування інвестиційної політики за основними аспектами інвестиційної діяльності, що дозволяє забезпечити інтеграцію цілей і напрямів інвестиційної діяльності з інструментами їх реалізації.

8. Розробка системи організаційно-економічних заходів щодо забезпечення реалізації інвестиційної стратегії.

9. Оцінка результативності розробленої інвестиційної стратегії здійснюється за системою спеціальних економічних та інших критеріїв, встановлюваних підприємством.

При позитивних результатах аналізу та оцінки розробленої інвестиційної стратегії, що відповідають обраним критеріям і характеру інвестиційного поведінки, вона приймається підприємством до реалізації.

### Перелік посилань

1. Анализ и разработка инвестиционных проектов / В. П. Савчук, С. И. Прилипко, Е. Г. Величко — К.: Абсолют-В, Эльга, 2009. — 304 с.
2. Ендовицкий Д.А. Комплексный анализ и контроль инвестиционной деятельности: методология и практика: Монография/ Под. ред. проф. Л.Т. Гиляровской. - М.: Финансы и статистика, 2014. - 400 с.
3. Пересада А.А. Управління інвестиційним процесом. – К.: Лібра, 2002.- 472с.

УДК 338.984

**Бідняк А.В., студентка гр.МН-14-1****Науковий керівник: Загорудько В.Л., доцент кафедри менеджменту***(Державний ВНЗ «Національний гірничий університет», м. Дніпро, Україна)***МІСЦЕ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ У ПРОЦЕСІ УПРАВЛІННЯ**

Управлінське рішення - це результат діяльності менеджера, тобто це бачення менеджера на вирішення проблеми та досягнення поставленої мети.

Саме рішення є поштовхом до дії, яка спрямовує, координує і стимулює діяльність на підприємстві.

Актуальність даної теми обґрунтовується зростанням значущості управлінського рішення на підприємстві. Саме менеджер може істотно вплинути на кінцевий результат діяльності підприємства, а правильне рішення впливає на ступінь досягнення мети.

Більшість успішних рішень є результатом процесу, що складається з таких етапів:

Виявлення та аналіз проблем;

Формування цілей;

Виявлення альтернатив;

Попередній вибір кращої альтернативи;

Вивчення та оцінка альтернативи;

Експериментальна перевірка альтернатив;

Вибір рішення.

Важливою рисою управлінського рішення є те, що буде прийматися тільки у тому разі, коли є наявна назріла проблема. Проблеми на підприємстві виникають при управлінні будь-яким об'єктом, а це означає, що потрібно постійно вирішувати завдання у цьому процесі.

Завдання управлінського рішення полягає в тому, щоб знайти найкращий спосіб ефективного досягнення поставлених цілей, тобто ідеальне представлення бажаного стану об'єкта управління і результату діяльності.

Управлінські рішення залежать від визначених вимог, що забезпечують виконання поставлених завдань. До найважливіших вимог відносяться: наукова обґрунтованість, повноважність, директивність (означає обґрунтовану ціленаправленість), гнучкість, точність, своєчасність, ефективність, економічність.

На підприємстві найбільше застосовують такі методи прийняття управлінських рішень:

Самовирішення – керівник має інформацію і сам вирішує проблему. Різновидом цього типу є інтуїтивне управління, що ґрунтується на висновках;

Метод «пошук інформації». Керівник, прагне отримати інформацію від своїх підлеглих, щодо проблем, які його турбують, без пояснення причин;

Метод «консультації групи». Керівник ставить проблему перед групою співробітників, але потім приймає рішення особисто, незалежно від того, чи збігаються вони з думками групи.

Відома також японська система прийняття рішення, яка ґрунтується на таких принципах:

Принцип Курно – застосовується тоді, коли пропонується кількість рішень, яке дорівнює кількості експертів;

Принцип Парето – застосовується при прийнятті рішень, коли всі експерти мають спільну думку щодо розглянутої проблеми;

Принцип Еджуорта – у цьому випадку варто прийняти оптимальне рішення, не завдавши збитку один одному.

Принцип Парето, за думкою економістів, є найкращим, так як він націлений на прийняття колегіального рішення, яке є оптимальним у досягненні загальної мети.

Таким чином, можна зробити висновок, що управлінське рішення займає провідне місце в діяльності організації. Від управлінського рішення залежить подальший розвиток, а також кінцевий результат діяльності підприємства.

УДК 338.984

**Бідняк Д.В., студентка гр.МН-14-1****Науковий керівник : Загорудько В.Л., доцент кафедри менеджменту  
(Державний ВНЗ «Національний гірничий університет», м.Дніпро, Україна)**

## **РОЛЬ КОНТРОЛЮ В ОРГАНІЗАЦІЇ**

Контроль - це процес досягнення бажаного результату на підприємстві. Контроль забезпечує виконання планових завдань і формуванню інформації про хід діяльності підприємства.

Актуальність даної теми пояснюється тим, що в ринкових умовах господарювання зростає значення функції контролю. Саме контроль координує підприємство до якоїсь діяльності. Ця тема є дуже актуальною для менеджера, тому що саме він вирішує подальший розвиток підприємства.

Мета контролю, згідно з Мейсоном, Альбертом та Хедоурі, є сприяння тому, щоб фактичні результати найбільше відповідали очікуваним. Від правильної поставленої мети залежить кінцевий результат діяльності підприємства.

Підприємство не може функціонувати без контролю, він: встановлює стандарти; будує мету для організації та зіставляє досягнутий результат з раніше встановленими стандартами; мотивує працівників до продуктивної праці.

Керівник починає здійснювати функцію контролю з того моменту, коли організація сформувала місію. Відсутність контролю породжує хаос та безлад у підприємстві.

Контроль стає можливим завдяки взаємозв'язку між суб'єктами та об'єктами. За допомогою об'єкта, суб'єкт отримує інформацію для прийняття правильного управлінського рішення.

Об'єктом контролю є: управлінські рішення, цілі, процеси, стратегії, функції та завдання.

На підприємствах використовують наступні види контролю:

Попередній контроль – даний вид контролю здійснюється до початку фактичних робіт. Основним засобом здійснення попереднього контролю є реалізація певних правил, процедур і лінійні поводження;

Поточний контроль - даний контроль здійснюється в ході проведення робіт. Важливим елементом поточного контролю є зворотній зв'язок;

Заключний контроль - він робить порівняння отриманих результатів з необхідними. Це потрібно для того, щоб вдосконалити метод контролю й досягнути кінцевих цілей.

Будь-який контроль ґрунтується на певних принципах, а саме: вірогідність; об'єктивність; гласність (іншими словами він повинен бути відкритим для певного кола осіб); оперативність (контроль повинен бути здійснений в потрібному місці й у потрібний час); реальність; спрямованість на усунення помилок і закріплення успіху.

Дотримання цих принципів може гарантувати підприємству вигідну позицію на ринку.

Контроль виконує наступні завдання:

Забезпечення точної відповідності управлінського рішення змісту його виконання;

Оцінює, як ефективно підприємство приймає управлінські рішення та використовує ресурси;

Як підвищити ефективність діяльності організації;

Як зберегти стійкість підприємства.

Таким чином, контроль повинен відбивати загальні пріоритети й підтримувати організацію, об'єктивно оцінювати стан підприємства. Також контроль повинен бути дуже гнучким, вміти швидко пристосовуватися до змін, що відбуваються на підприємстві. Контроль необхідний для того, щоб виявити проблеми в організації раніше, ніж вони призведуть до негативних наслідків.

УДК 658.5

**Голобородько Р.А., студент гр. МН-13-4**

**Науковий керівник: Тютченко С.М., старший викладач кафедри менеджменту виробничої сфери**

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

## **ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

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.

Для формування чи зміни конкурентної стратегії підприємству необхідно постійно проводити стратегічний аналіз його зовнішнього та внутрішнього середовища. Під стратегічним аналізом зовнішнього середовища підприємства розуміється аналіз сукупності зовнішніх факторів, які впливають або можуть вплинути на його діяльність та не залежать від внутрішніх переваг або недоліків самого підприємства. В економічній літературі немає єдиного підходу до класифікації конкурентних стратегій та їх різновидів.

Конкурентні стратегії класифікуються за ознаками взаємозв'язків, дій та протидій конкуруючих компаній на ринку тощо [1]. Одним з основних інструментів стратегічного управління, що оцінюють в комплексі внутрішні і зовнішні чинники, які впливають на розвиток компанії є SWOT-аналіз [2]. Результатом проведення SWOT-аналізу є система можливих стратегічних дій, спрямованих на посилення конкурентних позицій підприємства і його розвиток [4]. Правильно і вчасно прийняті стратегічні рішення грають сьогодні ключову роль в успішній діяльності організації. Саме вони роблять вирішальний вплив на конкурентоспроможність продукції і підприємства в цілому.

М. Портер виділяє три базові конкурентні стратегії, які мають універсальний характер, тобто можуть бути використані в будь-якому конкурентному середовищі будь-яким підприємством і забезпечити конкурентні переваги:

1. Лідерство за витратами (дає можливість знижувати ціни).
2. Диференціація (товару і ринку).
3. Фокусування.

Стратегія лідирування на основі зниження витрат базується на оптимізації всіх частин виробничо-управлінської системи: виробничих потужностей, які використовують технологічні переваги великомасштабного виробництва; рівня витрат на сировину, енергоресурси; продуктивності праці, тобто орієнтуванні на високий рівень показників ефективності виробництва.

Суть стратегії диференціації полягає в наданні продукту чи послугам унікальних особливостей і проявляється в розвитку брендів зі специфічними характеристиками,



широкому асортименті певних брендів, особливому дизайні, унікальності продукції за стилем і смаком, повноті портфелю брендів, різноманітності послуг та якісному спілкуванні зі споживачем.

Стратегія фокусування ґрунтується на отриманні конкурентних переваг: закріплення ринкової позиції на досить вузькому сегменті ринку (за продуктовою або географічною ознакою). Дана стратегія є актуальною, коли підприємство не має достатніх виробничих потужностей і конкурентної позиції на великому сегменті ринку.

Процес забезпечення конкурентоспроможності підприємства відбувається постійно і виявляється у прагненні підприємств-конкурентів покращувати власне становище на ринку, сформуванню достатній обсяг ресурсного потенціалу, що є гарантом своєчасності розрахунків з постачальниками, бюджетом та іншими ланками фінансової системи держави. Чим вищий рівень конкуренції на ринку, тим більше уваги підприємству необхідно приділяти саме власному відтворенню конкурентних можливостей щодо отримання максимального результату. Досить часто в публікаціях звертається увага на те, що головною економічною ознакою підприємства в умовах ведення бізнесу задля ефективної реалізації ринкових принципів господарювання, забезпечення власної конкурентоспроможності є максимальне використання мотиваційних механізмів управління людськими ресурсами. Потрібно сформуванню такої організаційної системи взаємодії, яка була б спроможна задовольняти економічні потреби кожного учасника формування механізму забезпечення конкурентоспроможності підприємства загалом [5]. Головним завданням конкурентної стратегії підприємства є розробка управлінських заходів, спрямованих на установлення та зміцнення довгострокової конкурентної позиції компанії в конкурентній галузі. Виявивши і оцінивши основних конкурентів, підприємство повинно розробити конкурентні стратегії, за допомогою яких вона зможе отримати конкурентну перевагу, запропонувавши товари вищої споживчої цінності. На підприємстві необхідним є формування «стратегічного набору» (система стратегій різного типу на певний відрізок часу), що відбиває специфіку функціонування і розвитку суб'єкта, рівень його претендування на місце й роль у зовнішньому середовищі. Таким чином, існує дуже широкий спектр стратегій ринкової конкуренції, які можливо об'єднати в систему конкурентних стратегій підприємства – сукупність стратегій спрямованих на адаптацію підприємства до змін в умовах конкуренції та зміцнення його довгострокової конкурентної позиції на ринку. Ця система включає: стратегії формування конкурентних переваг, стратегію забезпечення конкурентоспроможністю підприємства та стратегії його конкурентної поведінки [6]. Формування вдалої стратегії залежить від постійного аналізу таких елементів підприємства як фінансовий стан організації, який визначає, яку стратегію обере керівництво в майбутньому; виробництво - має велике значення для своєчасної адаптації внутрішньої структури організації до змін зовнішнього оточення і її виживання в конкурентному середовищі; персонал; організаційна культура та імідж підприємства. Умовами успіху реалізації стратегії вважаються наступні: забезпечення відповідності стратегії середовища; впевненість персоналу й менеджерів у своїх здібностях; готовність підприємства до змін.

Отже, слід зазначити, що процес формування конкурентної стратегії повинен характеризуватися комплексністю та завершеністю.

#### **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 681.518.54

**Голобородько Ю.А., студент гр. МН-13-4**

**Науковий керівник: Тютченко С.М., ст.викл. кафедри менеджменту виробничої сфери**  
(*Державний ВНЗ "Національний гірничий університет", м. Дніпро, Україна*)

## **ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВА**

Процес господарської діяльності завжди є результатом взаємодії відповідних ресурсів, а його ефективність забезпечується оптимальним їх поєднанням і використанням. Ресурсна будова суб'єкта господарювання характеризує наявність ресурсів на підприємстві, їх якість, потребу в них, виражає взаємозв'язок та ефективність використання в процесі підприємницької діяльності.

Для реалізації виробничої діяльності підприємствам потрібно залучати матеріальні, нематеріальні, трудові ресурси, що потребує певних витрат. Зниження величини витрат є доволі актуальною проблемою для підприємств. Абсолютне зменшення витрат може бути пов'язане зі впровадженням заходів, що зменшують норми витрат ресурсів, підвищують ефективність їх використання, а може мати місце внаслідок зменшення обсягів виробництва. Тому доцільним є аналіз питомих витрат на одиницю виготовленої продукції, на одну гривню товарної продукції, тобто ресурсомісткості. Зменшення ресурсомісткості – це сигнал про підвищення ефективності використання ресурсів, тобто отримання більшого обсягу виготовленої продукції з одиниці ресурсів, що кількісно виражається у зростанні оберненого до ресурсомісткості показника – ресурсовіддачі. Показники ефективності використання ресурсів широко застосовують для оцінки ефективності функціонування будь-якого суб'єкта господарювання [1].

Витрати виробництва відображаються в показниках собівартості продукції. Основна питома вага у структурі собівартості продукції належить витратам, пов'язаним із купівлею ресурсів, але крім них підприємство витрачається на збут та просування продукції на ринок, що дуже важливо в умовах ринкової економіки.

В умовах формування ринкових відносин виробник намагається скоротити витрати виробництва, оскільки це забезпечує зростання доходів, підвищує ефективність роботи підприємства. Для визначення шляхів зниження витрат виробництва потрібно знати і

детально аналізувати їх структуру, яка в різних галузях різна [2]. Основними факторами зниження витрат виробництва, які залежать від підприємства, є такі:

- 1) скорочення витрат на сировину, матеріали, паливо, електроенергію;
- 2) зниження амортизаційних відрахувань шляхом інтенсивного використання техніки та підвищення коефіцієнта змінності;
- 3) поліпшення якості машин, обладнання, зменшення пасивної частини основних фондів;
- 4) запровадження у виробництво дешевих видів ресурсів, скорочення відходів виробництва;
- 5) поліпшення організації виробництва і підвищення продуктивності праці;
- 6) скорочення витрат на управління та ін [3].

Витрати й собівартість є найважливішими економічними категоріями. Їх рівень багато в чому визначає розмір прибутку й рентабельності підприємства, ефективність його господарської діяльності. Зниження величини витрат і оптимізація їх структури – один із основних напрямків удосконалення економічної діяльності кожного підприємства [3]. При цьому зменшення витрат та підвищення ефективності використання ресурсів забезпечує підприємствам конкурентні переваги, які в сучасних умовах визначаються освоєнням нових знань і технологій, розвитком інноваційного виробництва та прискоренням цих процесів [4].

Із результатів аналізу структури витрат та ефективності використання ресурсів підприємств різних галузей можна зробити висновок, що діагностика елементів витрат, які мають досить високу питому вагу, демонструє низьку ефективність використання відповідних видів ресурсів підприємства та дозволяє здійснювати оперативний пошук шляхів оптимізації структури витрат саме з акцентом на найбільш проблемних складниках. При цьому виявлення найбільш суттєвих чинників зниження витрат для кожного конкретного підприємства та пошук і використання резервів зменшення витрат з урахуванням їх впливу дозволяє отримати підприємству конкурентні переваги в коротко- та довгостроковій перспективі.

За умов сучасного стану економіки країни підприємствам вкрай необхідно аналізувати ефективність використання ресурсів і впроваджувати інновації саме в ті сфери діяльності, на які необґрунтовано витрачається значна частка коштів.

Необхідність пошуку можливостей оптимізації структури та зниження витрат на виробництво і реалізацію продукції на інноваційних засадах з метою підвищення ефективності використання ресурсів залишається основною передумовою покращення кінцевих результатів господарювання.

### Перелік посилань

1. Волонцевич С. О. Оптимізація структури витрат як фактор підвищення конкурентно-спроможності промислових підприємств : автореф. дис. ... на здоб. наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.07.01 / С. О. Волонцевич. – Х. : ХПІ, 2006. – 19 с.
2. Партин Г. О. Управління витратами підприємства: концептуальні засади, методи та інструментарій : монографія / Г. О. Партин. – К. : УБС НБУ, 2008. – 219 с.
3. Цимбалюк Л. Г. Чинники, резерви та шляхи зниження витрат виробництва як основа зменшення ціни товару / Л. Г. Цимбалюк, Н. П. Скригун // Вісн. Бердян. ун-ту ме-неджменту і бізнесу. – 2011. – № 3 (15). – С. 88–95.
4. Явтушенко О. С. Шляхи зниження собівартості продукції на підприємстві [Електронний ресурс] / О. С. Явтушенко, О. І. Андрусь. – Режим доступу : <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=1959>.

УДК 330.42:336.5

Григорян В.С., студент гр. ЕК13-1

Науковий керівник: д.ф.-м.н., проф. Корхін А.С

(Державний ВНЗ "Національний гірничий університет", м. Дніпро, Україна)

### ВПЛИВ РОЗМІРІВ ІВЕСТИЦІЙ В ІННОВАЦІЙ НА ОБЄМ ВИКОНАНИХ НАУКОВО-ТЕХНІЧНИХ РОБІТ У ДНІПРОПЕТРОВСЬКОМУ РЕГІОНІ

Важливою задачею розвитку економіки є ефективне впровадження інновацій. З цієї точки зору метою моєї роботи є вивчення залежності ефективності інноваційного процесу Дніпропетровського регіону. Для цієї мети були зібрані статистичні данні за 9 років ( з 2005 по 2014 роки у фактичних цінах). Для їх подальшого аналізу та отримання порівняного ряду всі фактичні об'єми були перераховані у доларовий еквівалент. Отриманні ряди наведенні на рис. 1.

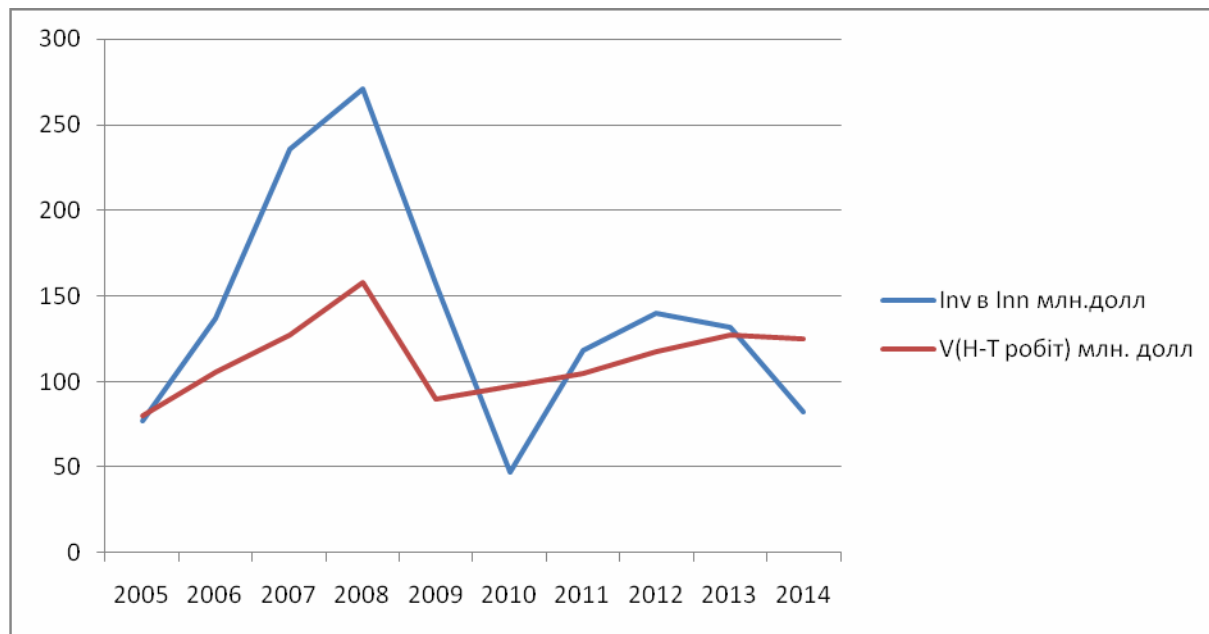


Рисунок 1– Графік інвестицій в інновацій і обсяг виконаних науково-технічних робіт

Для того, щоб встановити термін реалізації інвестицій були побудовані два види моделей –з лагом і без. Модель без лагу має такі характеристики: множинний коефіцієнт кореляції  $R = 0,69$  і значимість  $F$ –критерія 0,26. Дана модель адекватна, вона показує, що існує вплив інвестицій на обсяг виконаних науково-технічних робіт; 22,7% інвестицій витрачається на проведення науково-технічних робіт. Модель з лагом має низький коефіцієнт кореляції та неадекватна (значимість  $F$ -критерія 0,68). Таким чином приходимо до висновку, що інвестиції освоюються у наукових дослідженнях протягом періоду, що не перевищує 1 рік.

УДК 658.5: 338.1

**Данильчук Т.В., студент гр. М-АМ-15-2**Науковий керівник: **Пілова Д.П., к.е.н., доцент кафедри прикладної економіки**  
(Державний ВНЗ «Національний гірничий університет», м. Дніпро, Україна)

## **ЩОДО ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ТА ЯКОСТІ РОБОТИ УПРАВЛІНСЬКОГО ПЕРСОНАЛУ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА**

Управління персоналом в сучасних умовах господарювання набуло особливої значимості тому, що успіх роботи підприємства (організації, фірми) забезпечують працівники, які працюють на ньому. Управління персоналом організацій розглядається як одна з найбільш складних і багатопланових завдань, вирішення якої вимагає великих фінансових, організаційних та часових витрат. Це пов'язано з тим, що керувати доводиться не просто колективом працівників, що саме по собі вже складно, а, як правило, колективом інтелектуалів, що мають в більшості своїй вищу освіту і досвід практичної діяльності.

Однією з категорій персоналу є керівники (управлінський персонал). Зараз сильний управлінський персонал компанії - її конкурентна перевага перед іншими фірмами, що приносять додатковий прибуток. Тому питання підвищення ефективності та якості роботи управлінського персоналу, одним з напрямків якої є розробка адекватної системи оцінки персоналу, має актуальність.

Система оцінки персоналу, покликана підвищити ефективність діяльності всіх працівників. Вона дозволяє встановити відповідність робочих показників встановленим вимогам і нормативам, допомагаючи виявити ті аспекти роботи персоналу, які потребують поліпшення. Процес оцінки дозволяє виявити як індивідуальні проблеми працівника, так і загальні, характерні для всього колективу. З одного боку, він дозволяє зібрати необхідну інформацію для планування і організації навчання працівників, а з іншої – підвищити їх мотивацію, скоригувати виробничу поведінку працівників і отримати підстави для їх матеріального заохочення [1].

Ефективна оцінка персоналу має дуже велике значення, надаючи собою основу для багатьох процедур: прийому на роботу, внутрішні переміщення, висунення на підвищення, винагороду, моральне стимулювання, тощо. Оцінка, особливо об'єктивна, спонукає працівників працювати результативніше. Наявність відповідної програми і гласність результатів її виконання розвивають ініціативу і викликають відчуття відповідальності, стимулюють прагнення працювати краще. Така оцінка служить юридичною основою для просувань по службі, нагороджень і звільнень, дає матеріал для розробки питань по найму, дозволяє одержати необхідну інформацію для визначення розмірів зарплати і винагороди працівникам.

Оцінка персоналу – це система виявлення певних характеристик співробітників, які потім допомагають керівнику в прийнятті управлінських рішень, направлених на збільшення результативності підлеглих [2].

Сама система оцінки персоналу – це цілий ряд дій і заходів, направлених на оцінку співробітників і мають постійний характер зрештою вона покликана підвищити ефективність праці всіх категорій працівників. Також вона дозволяє досягти відповідності показників встановленим вимогам і нормативам, допомагаючи виявити аспекти роботи персоналу, які потребують поліпшення [3].

Система оцінки персоналу переслідує п'ять основних груп цілей: адміністративні цілі; оцінка якості управлінської діяльності; інформування працівників про відповідність їх робочих показників вимогам; розвиток працівників.

#### 5. Вдосконалення процесу управління персоналом.

На сьогодні для оцінки діяльності управлінців на підприємствах використовуються наступні методи: якісні, кількісні та комбіновані.

Оцінка управлінського персоналу повинна здійснюватися на підставі всебічного, постійного і об'єктивного визначення професійних, особових якостей управлінців та результативності їх роботи. Це повинно здійснюватися за допомогою сукупності якісних та кількісних показників (оцінних критеріїв).

Критерії - це ті показники (робочі результати), ті характеристики (поведінкові і особистісні), ґрунтуючись на яких можна судити про те, наскільки добре людина виконує свою роботу [4].

Незалежно від професії працівника критерії, які використовуються при оцінці його праці, діляться на три групи (табл. 1):

- кількісні – для визначення результативності діяльності;
- якісні – для визначення професійних ознак;
- індивідуально-психологічні особливості працівника.

Таблиця 1

#### Критерії, які використовуються при оцінці управлінського персоналу

Кількісні критерії	– виробничі показники; – своєчасне виконання встановлених планів
Якісні критерії	– професійні ознаки: освіта, стаж роботи, вік, стан здоров'я.
Індивідуально-психологічні особливості	– воля; – пам'ять; – відповідальність; – інтуїція; – антиципація.

При оцінці управлінського персоналу поширеними є розробка та використання комплексних методик. Це припускає наявність одночасно кількох предметів у структурі використовуваної інформації. Інакше кажучи, судження про цінності керівника ґрунтуються на різних підставах.

Безумовно, гідністю оцінки, заснованої на комплексному підході, є багатоаспектність відображення складної і багатогранної праці керівника. Проте виділення різних сторін діяльності для оцінки вимагає застосування різних методів і розробки абсолютно особливого інструментарію для отримання та аналізу необхідної інформації по різних підставах, що не завжди дотримується.

Таким чином, оцінка управлінського персоналу дозволяє: більш об'єктивно визначати результативність праці керівників, фахівців та інших категорій працівників усіх підрозділів підприємства під час виконання конкретного завдання; виявляти і планувати потреби у всіх категоріях працівників підприємства, оцінювати їх фактичну кваліфікацію, знання і навички, визначати їх внесок у прибутковість підприємства; формувати ефективні проектні команди і з достатнім ступенем вірогідності прогнозувати ефективність їхньої майбутньої діяльності; вирішувати задачі з прийняття адекватних кадрових рішень, формування кадрів як за кількістю, так і за професійною структурою у зв'язку з освоєнням нових виробництв; підвищувати рівень управління персоналом підприємств.

### Перелік посилань

- 1.Галенко В.П. Менеджмент. Учебник для вузов. 2-е издание. Издательство "ПИТЕР", 2004.
- 2.Ковалык В.Н. Теория и практика управления. – М.: Канди, 2006.
- 3.Кудрявцева Е. И. Управление персоналом. Учебное пособие для слушателей курсов повышения квалификации.— СПб.: Межотраслевой институт повышения квалификации., 2007.
- 4.Гаврилова О. Г. Обзор систем, методов и методик оценки персонала "Кадровая служба и управление персоналом предприятия", 2009, № 6.

УДК 658.5

**Дараган О.О., студент гр. Бс-МН-14-2**

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

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

### **ОСНОВНІ ФАКТОРИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВІ**

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]. Такий вид економічних відносин існує тоді, коли виробники товарів виступають як самостійні, ні від кого незалежні суб'єкти, їхня залежність пов'язана тільки з кон'юнктурою ринку, бажанням виграти у конкурентів позиції у виробництві та реалізації своєї продукції. 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].

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.

Румянцева З.П. зазначає існування таких загальних правил оцінювання конкурентоспроможності продукції:

- вибір та аналіз ринку для реалізації товару;

- вивчення конкурентів з виробництв й реалізації аналогічних товарів;
- вибір та обґрунтування найбільш конкурентоспроможного товару - аналога в якості бази для порівняння;
- визначення необхідних груп параметрів, що підлягають оцінюванню;
- встановлення набору одиничних показників за відповідними групами параметрів;
- вибір методик розрахунків, визначення та аналіз зведених показників по товарним групам;
- розрахунок інтегрального показника конкурентоспроможності товару підприємства;
- розроблення товарної політики підприємства відносно виробництва товару для певного ринку, розширення його виробництва, експорту, розробка заходів щодо підвищення конкурентоспроможності товару, зняття його з виробництва тощо. Щоб задовольнити свої потреби, покупець повинен придбати товар, а потім, якщо це досить складний виріб, нести витрати з його експлуатації – купувати паливо, мастила, запасні частини.

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, ремонт - здатність. 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. Гамма Т.М. Систематизація складових конкурентоспроможності підприємства / Т.М. Гамма, М.Г. Молла // Вісник Дон. ун-ту екон. і торг . – 2011. - № 4 (52). – С. 117-122.



2. Конкурентоспроможність: країна, регіон, підприємство: Збірник / Рада конкурентоспроможності України; Центр стратегій конкурентоспроможності (МІМ- Київ) / Ю.В. Полунєєв (ред.), В.Г. Підвисоцький (упоряд.). – К. : ЛАТ&К, 2006. – 175с.

УДК 658.5

**Дєвіцька М.В., студентка гр. Бс-МН-14-2**

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

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

### **ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ**

Ефективність виробництва—цеузагальнене і повне відображення кінцевих результатів використання засобів, предметів праці і робочої сили на підприємстві за певний проміжок часу. Загальну економічну ефективність виробництва ще називають загальною продуктивністю виробничої системи.

Загальна методологія вивчення економічної ефективності полягає у відношенні результату виробництва до затрачених ресурсів (витрат), тобто одержаного економічного ефекту до витрат на його досягнення.

Розрізняють результат самого процесу виробництва, який може виступати у формі чистої продукції підприємства, прибутку, і кінцевий народногосподарський результат роботи підприємства, який, крім обсягів виготовленої продукції, враховує її споживну вартість, значимість для суспільства [1].

Процес виробництва на будь-якому підприємстві здійснюється за належної взаємодії трьох визначальних його чинників: персоналу (робочої сили), праці та предметів праці. Використовуючи наявні засоби виробництва, персонал підприємства продукує суспільно корисну продукцію або надає виробничі й побутові послуги. Це означає, що, з одного боку, мають місце затрати живої та уречевленої праці, а з іншого – результати виробництва (діяльності), які залежать від масштабів застосовуваних засобів виробництва, кадрового потенціалу та рівня його використання.

Ефективність виробництва – це комплексне відбиття кінцевих результатів використання засобів виробництва й робочої сили (працівників) за певний проміжок часу.

У зарубіжній практиці як синонім терміна «результативність господарювання» зазвичай застосовується термін «продуктивність системи виробництва та обслуговування», коли під продуктивністю розуміють ефективне використання ресурсів (праці, капіталу, землі, матеріалів, енергії, інформації) для виробництва різноманітних товарів і послуг.

Не варто забувати також, що загальна продуктивність системи є поняттям набагато ширшим, ніж продуктивність праці та прибутковість виробництва. Головною ознакою ефективності (продуктивності) може бути необхідність досягнення мети виробничо-господарської діяльності підприємства з найменшими витратами суспільної праці або часу [2].

Проблема підвищення ефективності виробництва полягає в забезпеченні максимально можливого результату на кожному одиницю затрачених трудових,

матеріальних, фінансових та інших ресурсів. Тому критерієм ефективності виробництва в макроекономічному масштабі є зростання продуктивності суспільної праці. Кількісне вираження цього критерію відображається через систему показників економічної ефективності виробництва. Ця система містить такі групи показників:

1) узагальнюючі показники економічної ефективності виробництва (рівень задоволення потреб ринку, виробництво продукції на одиницю витрат ресурсів, витрати на одиницю товарної продукції, прибуток на одиницю загальних витрат, рентабельність виробництва, народногосподарський ефект від використання одиниці продукції);

2) показники ефективності використання живої праці (трудомісткість одиниці продукції, відносне вивільнення працівників, темпи росту продуктивності праці, частка приросту продукції за рахунок росту продуктивності праці, коефіцієнт ефективності використання робочого часу, економія фонду оплати праці, випуск продукції на 1 грн. фонду оплати праці);

3) показники ефективності використання основних виробничих фондів (фондовіддача основних фондів, фондомісткість продукції, рентабельність основних фондів, фондовіддача активної частини основних фондів);

4) показники ефективності використання матеріальних ресурсів (матеріаломісткість продукції, матеріаловіддача, коефіцієнт використання найважливіших видів сировини і матеріалів, витрати палива і енергії на 1 грн. чистої продукції, економія матеріальних витрат, коефіцієнт вилучення корисних компонентів із сировини);

5) показники ефективності використання фінансових коштів (коефіцієнт оборотності обігових коштів, тривалість одного обороту нормованих оборотних коштів, відносне вивільнення обігових коштів, питоми капіталовкладення, капіталовкладення на одиницю введених потужностей, рентабельність інвестицій, строк окупності інвестицій);

6) показники якості продукції (економічний ефект від поліпшення якості продукції, частка продукції, яка відповідає кращим світовим і вітчизняним зразкам, тощо).

Під резервами підвищення економічної ефективності виробництва розуміють невикористані можливості збільшення випуску продукції в розрахунку на одиницю сукупних витрат завдяки більш раціональному використанню усіх видів ресурсів підприємства.

Основні чинники підвищення ефективності виробництва – це підвищення його технічного рівня, вдосконалення управління, організації виробництва і праці, зміна обсягу і структури виробництва, поліпшення якості природних ресурсів та інші.

Економічна ефективність діяльності підприємства безпосередньо пов'язана із соціальною ефективністю цієї діяльності, оскільки результати роботи підприємства є базою для вирішення цілого ряду соціальних проблем. Соціальну ефективність слід розглядати як на рівні окремо взятого підприємства (локальна ефективність), так і на загальнодержавному чи муніципальному рівнях. Визначення рівня соціальної ефективності повинно охоплювати як заходи, які піддаються кількісному вимірюванню, так і ті, які не піддаються прямому кількісному вираженню [1].

Взагалі всі заходи підвищення ефективності функціонування підприємств можна звести до трьох напрямків:

- 1) управління витратами і ресурсами;
- 2) розвитку й удосконалення виробництва та іншої діяльності;
- 3) удосконалення системи управління підприємством та всіма видами його діяльності.

Отже, успішна реалізація стратегії розвитку підприємства передбачає здійснення результативної, ефективної та конкурентоспроможної господарської діяльності.

#### Перелік посилань

1. Бойчик І.М. Економіка підприємства : навч. посіб. / І.М. Бойчик. – [вид. 2-ге, доп. і перероб.]. – К. : Атіка, 2007. – 528 с.
2. Економіка підприємства : підручник / за заг. ред. С.Ф. Покропивного. – [вид. 2-ге, перероб. та доп.]. – К. : КНЕУ, 2011. – 528 с.

УДК 330.341.1

**Дробаха О.О., студент гр. МН-13-3**

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

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

### УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

В умовах посилення конкуренції усе більшого значення для успішної фінансово-господарської діяльності підприємств набуває інноваційний розвиток, який передбачає використання технологій та створення принципово нової продукції. Інновації, інноваційна діяльність та управління інноваційним потенціалом є необхідною складовою процесу забезпечення успішного, довготривалого та стійкого функціонування підприємства.

На початку ХХ століття зародилася нова галузь наукових знань - інноватика, що вивчає особливості і закономірності інноваційного підприємництва. Предметом сучасної інноватики є створення, освоєння, поширення і використання нововведень (нових технічних рішень). Цей процес отримав назву інноваційного процесу. Результатом інноваційного процесу виступає інновація. Даний термін був введений в теорію інноватики одним з її основоположників Й. Шумпетером, який стверджував, що інновація - новий додаток наукових і технічних знань, що приводить до успіху на ринку. Аналіз теоретичних положень Й. Шумпетера, що містяться в його роботі "Теорія економічного розвитку" [1], дозволив зробити висновок про те, що модернізація та інновація сфери управління є процес тісно взаємопов'язаних кількісних (зростання) і якісних перетворень, в результаті яких виникає новий стан економічної системи, тому модернізацію як результат діяльності необхідно розглядати з трьох позицій.

Сучасне виробництво характерне інноваціями та намаганням використати більш новітні технології, нові товари та послуги. Впровадження у виробництво нових технологій потребує приведення змісту і організації виробництва, кваліфікації та наукового рівня у відповідність з вдосконаленими технологічними системами.

Незважаючи на глибоку економічну кризу, яка виникла внаслідок значних прорахунків на рівні макроекономічної політики, відбуваються кардинальні зміни методів управління інноваціями.

Інноваційний потенціал - здатність до зміни, покращання, прогресу, це джерело розвитку. Доказом цьому може слугувати таке явище, як дифузія інновацій. Так, застосування нового обладнання (яке є конкретним результатом інноваційного процесу, інновацією) веде до виготовлення нової продукції, яка в свою чергу, виходячи на ринок, є джерелом, фактором подальших змін. При цьому "ефект від тиражування інновацій зростає

набагато скоріше самого тиражу" [2].

Тобто все те, що веде до інноваційного розвитку, має інноваційний потенціал. Він як би то стоїть на стику реальності, яка його характеризує, і майбутності, яка його визначає і в той самий час визначається їм.

Інноваційний потенціал існує в прихованому вигляді, він здатен накопичуватися й розвиватися на власній основі по мірі своєї реалізації. Він сам, розвиваючись, виявляє ще потужніші можливості до розвитку, є поштовхом до нього. Така властивість його впливу на систему пояснюється тим, що непізнане завжди більше вже вивченого, все тече, все змінюється, як правило, нове заміняє старе, існує об'єктивна необхідність прямувати до найкращого.

Зміст поняття "інноваційний потенціал" можна відслідкувати, структурував його, виділив основні вирішальні компоненти. Структура інноваційного потенціалу представлена єдністю трьох його складових: ресурсної, внутрішньої, результативної, які співіснують та передбачають і обумовлюють одна одну.

Так, ресурсна складова інноваційного потенціалу залежить від можливостей використання кожного одиничного господарського ресурсу в інноваційному процесі. Інтенсифікація інноваційної діяльності дозволяє підвищити ефективність використання ресурсної складової, а значить, і інноваційного потенціалу в цілому. Головним принципом виділення ресурсних елементів потенціалу є їх функціональна роль в інноваційному процесі. Ця складова включає у себе матеріально-технічні, інформаційні, фінансові, людські ресурси, які в свою чергу теж поділяються на частини, існуючі в безпосередньому зв'язку та взаємозалежності. Кожна зі складових грає важливу роль, впливаючи на якісну та кількісну оцінку інноваційного потенціалу.

Внутрішня складова інноваційного потенціалу - це так званий "важіль", що забезпечує дієздатність й ефективність функціонування інших його елементів. Її доцільно представити інститутами (суб'єктами інноваційної діяльності), які забезпечують: внутрішні процеси інноваційної діяльності (винахід і виробництво нового продукту); безпосереднє впровадження нових технологій; взаємозв'язок об'єкта дослідження (підприємства) як з наукою, яка надає прогресивні ідеї, що оформлюються в інноваційні розробки, так і з ринком, який споживає готовий продукт, а також методами, засобами організації управління течією інноваційного процесу.

Результативна складова віддзеркалює результат реалізації існуючої можливості, тобто той реальний фактичний інноваційний продукт, отриманий в інноваційному процесі, тобто досягнутий рівень потенціалу. Доцільність виділення цієї складової підтверджується тим, що саме інноваційний продукт як результат інноваційних процесів обумовлює подальший не лише кількісний, але й якісний зріст інноваційного потенціалу системи (господарюючого суб'єкта). Він сприяє розвитку ресурсної складової, якщо це продукт, внутрішньої частини інноваційного потенціалу, якщо це здійснена інновація в самій інноваційній сфері. Він несе в собі потенційно нові можливості, виводить на новий рівень функціонування інноваційний потенціал у цілому. Результативна складова інноваційного потенціалу представляє собою цільову характеристику цієї категорії, що проявляється в потоках інноваційної продукції, головним чином забезпечуючи його відтворення [3].

Серед відомих функцій менеджменту – планування, організація, мотивація, контроль неможливо виділити функцію з переважним значенням у процесі управління інноваційним потенціалом підприємства, оскільки всі вони тісно взаємозв'язані. Наприклад, недостатній рівень планування інноваційного потенціалу може призвести до створення неефективних організаційних форм здійснення інноваційної діяльності, що створить несприятливий клімат в команді менеджерів і, як результат, будемо спостерігати незадовільний рівень

фактично досягнутих результатів використання інноваційного потенціалу підприємства. Таким чином, ефективна реалізація загальних функцій менеджменту на підприємстві дає поштовх до розроблення нових інновацій та, у свою чергу, розвитку інноваційного потенціалу.

### Перелік посилань

1. Теорія інновацій та її сучасні концепції. [Електронний ресурс] – Режим доступу: [https://studme.com.ua/13761025/investirovanie/teoriya\\_innovatsiy\\_sovremnye\\_kontseptsii.htm](https://studme.com.ua/13761025/investirovanie/teoriya_innovatsiy_sovremnye_kontseptsii.htm)
2. Іванилова, О.А. Методологічні підходи до підвищення ефективності виробництва на інноваційній основі. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=667>
3. Вертакова, Ю.В. Управління інноваціями: теорія і практика. [Текст]: Учебн. посіб. / Ю.В. Вертакова, Е.С. Симоненко. - М.: Ексмо, 2008. - 432.с.

УДК 332.01:332.021

**Загорулько К. А., аспірант**

**Науковий керівник: Чуріканова О. Ю., доктор філософії,**

**доцент кафедри електронної економіки та економічної кібернетики**

*(Державний ВНЗ "Національний гірничий університет", м. Дніпро, Україна)*

## АНАЛІЗ ВХІДНИХ ТА ВИХІДНИХ ІНДИКАТОРІВ СТАЛОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНІВ

Особливий інтерес для посадовців щодо політики в економічній, соціальній та екологічній сферах викликають керовані параметри. При розгляданні певних рішень в рамках регіону дуже доцільним було б щоразу проводити всебічний аналіз наслідків цього рішення. Однією з важливих характеристик такого аналізу має бути порівняно легка інтерпретація та швидкість проведення.

Пан Бйорн Ломборг, директор центру «Копенгагенський консенсус», підрахував, що кожен долар, витрачений урядами країн, що розвиваються, на заходи пов'язані зі зниженням торговельних бар'єрів, спричинив прибуток для країн у розмірі 2011 доларів. Впровадження засобів контрацепції у частині Африки на південь від Сахари спричинило 120 доларів прибутку на витрачений долар. Інвестиції в заходи пов'язані з припиненням ухилення від сплати податків в країнах Африки на південь від Сахари (близько 10% ВВП на рік) матимуть наслідком 49 доларів прибутку за витрачений долар [1]. У своїй праці професор Джеффри Сакс, директор Інституту Землі при Колумбійському університеті, підкреслює що інвестиції в соціальні проекти у частині Африки на південь від Сахари пов'язані з впровадженням водопостачання та водоочистки, покращенням харчового набору для немовлят також принесуть 30-40 доларів прибутку на кожний витрачений долар [2]. Подібний аналіз значно спрощує процес розстановки пріоритетів при прийнятті рішень.

Перелік економічних параметрів, якими можуть опосередковано керувати посадовці на регіональному рівні на основі системи [3], розробленої командою Світового центру даних з геоінформатики та сталого розвитку України [4], є наступними:

- валовий регіональний продукт;
- обсяг реалізованої промислової продукції;

- продукція сільського господарства;
- обсяг реалізованих послуг;
- кількість активних підприємств;
- обсяги обороту роздрібної торгівлі;
- економічно активне населення;
- потреба підприємств у працівниках;
- обсяг наукових та науково-технічних робіт виконаних власними силами наукових організацій;
- обсяг витрат за напрямками інноваційної діяльності;
- обсяг реалізованої інноваційної продукції;
- капітальні інвестиції.

Питання взаємозв'язку цих параметрів, зв'язку цих параметрів з соціальними та екологічними індикаторами потребує більш глибокого дослідження. Розуміння цих залежностей дозволить змодельовати та враховувати неочевидні наслідки проектів рішень.

#### **Перелік посилань**

1. “The economics of optimism”. The Economist. Jan 24th 2015. From the print edition: Finance and economics.
2. Jeffrey D. Sachs. Foreword by Ban Ki-moon “The Age of Sustainable Development”, Columbia University Press, March 2015, p.502-506
3. Аналіз сталого розвитку: глобальний і регіональний контексти: монографія / Міжнар. Рада з науки (ICSU) та ін.; наук. кер. проекту М. З. Згуровський. – К. : НТУУ «КПІ», 2014. – Ч. 2. Україна в індикаторах сталого розвитку (2013). – 172 с.
4. Світовий центр даних з геоінформатики та сталого розвитку, неурядова організація [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://wdc.org.ua>

**Кібкало Я.А., студентка гр. 072м-16-1**

**Науковий керівник: Соляник Л.Г., к.т.н., професор кафедри економічного аналізу та фінансів**

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

### **ОПТИМІЗАЦІЯ ДЖЕРЕЛ ФІНАНСУВАННЯ ТА ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ОБОРОТНОГО КАПІТАЛУ В ГАЛУЗІ МАШИНОБУДУВАННЯ**

У сучасних кризових умовах функціонування підприємств машинобудівної промисловості особливої актуальності набуває проблема підвищення ефективності використання оборотного капіталу. Це зумовлює необхідність забезпечення побудови ефективної системи управління оборотним капіталом, що дасть змогу підвищити ефективність його використання.

Головною передумовою успішного ведення господарської діяльності підприємств є наявність достатнього обсягу та раціональне використання оборотних активів й джерел їх формування. Особливо це відчутно зараз за ситуації нестабільної економічної та політичної системи України, оскільки, сучасний стан більшості вітчизняних підприємств свідчить про неефективність прийнятих рішень щодо управління оборотним капіталом, а

саме, не оптимальність складу та структури оборотних активів, не врахування факторів, які впливають на стан та ефективність їх використання [1].

Оскільки галузь машинобудування займає значне місце в промисловості України, проаналізуємо ефективність використання оборотного капіталу на прикладі ТОВ «Укрспецтехмаш-2009», що спеціалізується на виготовленні металовиробів і надання послуг з металообробки.

Аналізуючи джерела формування активів на підприємстві ТОВ «Укрспецтехмаш - 2009», можна дійти висновку, що підприємство користується в основному залученими та позиченими коштами, що значно погіршує фінансовий стан підприємства. На даному підприємстві недостатньо власних коштів для покриття позик. (рис.1)

Єршова Н. акцентує увагу, що одним із основних негативних факторів, характерних практично для всіх промислових підприємств, є нестача власних оборотних коштів [2].

Таким чином, дослідження свідчать, що у промислових підприємств недостатньо власного капіталу для забезпечення формування оборотних активів, а на їх фінансування використовується довгостроковий позичковий капітал, що нерационально, виходячи із умов його обслуговування. Хронічна нестача власного оборотного капіталу, що характерна для вітчизняних промислових підприємств, є серйозною перешкодою для виконання ними пріоритетних інвестиційних програм. Спостерігається стабільна негативна тенденція зниження інноваційної складової у виробництві та зменшення інвестицій в інновації; збільшення трансферу застарілих технологій з розвинутих країн.

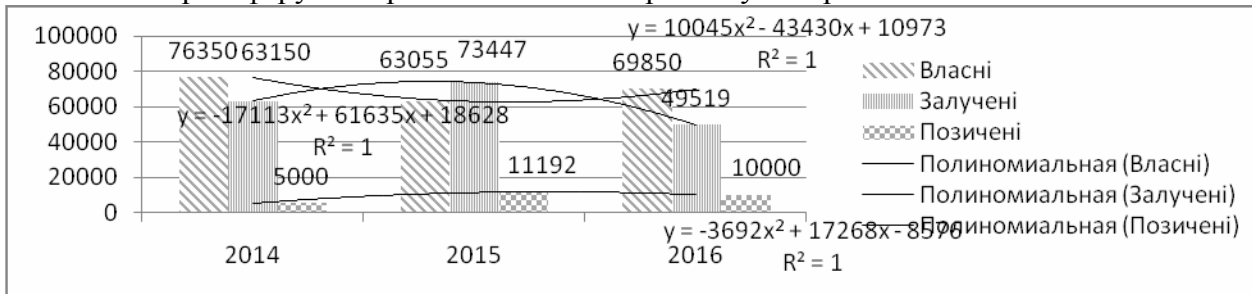


Рисунок 1 - Динаміка джерел формування активів

На ТОВ «Укрспецтехмаш-2009» спостерігається відсутність власного оборотного капіталу, що негативно впливає на ефективність використання оборотного капіталу. Оборотні активи формуються шляхом залучення коштів та кредитів. На підприємстві не залишається коштів після погашення кредиторської заборгованості (рис.2).

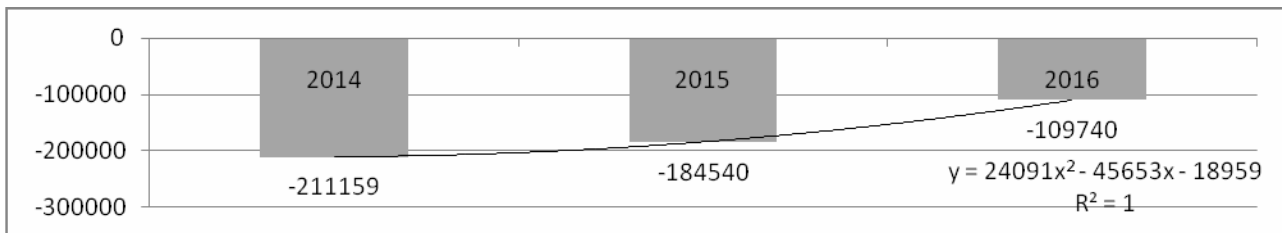


Рисунок 2- Динаміка власного оборотного капіталу

Оптимізація оборотних активів може здійснюватись з застосуванням розробленої на підприємстві системи нормативів у відповідності зі стратегічними та оперативними цілями за кожним елементом оборотних активів за співвідношенням "прибуток-ризик". Оптимальне співвідношення власних та позикових джерел фінансування розглядається

через розмежування, згідно з яким мінімальна потреба в оборотних активах повинна покриватись власними джерелами, а тимчасова – за рахунок короткострокових кредитів.

Для прискорення оборотності оборотних активів та ділової активності підприємств ефективним є: зменшення обороту, тобто покращення руху незавершеного виробництва, готової продукції, дебіторської заборгованості за продукцію, роботи, послуги, нарощування валового обсягу виробництва за умови зменшення авансування оборотного капіталу у виробничі запаси, незавершене виробництво, готову продукцію, дебіторську заборгованість і грошові кошти на основі впровадження виваженої ефективної політики управління ними з використанням сучасних форм, методів й фінансових інструментів управління.

Для більш раціонального використання оборотного капіталу на промислових підприємствах пропонується: заміна старих запчастин новими; удосконалення виробничих процесів на підприємствах; впровадження нової більш продуктивної технології виробництва продукції; підвищення змінності виробництва; максимальна автоматизація виробництва; пошук нових ринків збуту готової продукції, зменшення дебіторської заборгованості, шляхом введення системи знижок та штрафів.

#### Перелік посилань

1. Норд Г.Л. Концептуальні аспекти розробки моделі стратегічного управління оборотним капіталом / Г.Л. Норд, Т.В. Кравченко // Науково-методичний журнал. – 2011. – Т. 99. – Вип. 86. – С. 61-66.

2. Єршова Н.Ю. Оцінка стану підприємств промисловості на основі статистичного аналізу [Текст] / Н.Ю. Єршова // Вісник Харківського національного університету. – 2008. - № 802 . - С.68-71.

УДК 338.984

**Клименко А.Д., студентка гр. МН-14-1**

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

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

### ЕТАПИ ПРОЕКТУВАННЯ ВИРОБНИЧОЇ СИСТЕМИ

Безпосередньо після проектування нового продукту з'являється необхідність визначення етапів процесу виробництва даного продукту.

Для успішного здійснення даної процедури необхідно спроектувати весь виробничий процес.

Проектування виробничих процесів являє собою комплекс процесів по розробці структури і системи виробництва продукції, а також визначення її складових елементів.

Актуальність даної теми обґрунтовується зростанням значущості проектування виробничих процесів підприємств у умовах сучасної економіки.

Розробка або адаптація операційної системи по виготовленню нової продукції передбачає необхідність послідовного виконання ряду етапів проектування самого процесу її виробництва.

Першим етапом проектування операційного планування умов випуску продукції. На цьому етапі визначається необхідні умови, критерії та технології виробництва, визначаються заходи щодо забезпечення необхідною робочою силою і обладнанням.



Другий етап включає в себе технічне забезпечення всіх виробничих процесів, а також створення ефективної взаємодії всіх елементів виробничої системи. далі проводиться необхідні розрахунки показників ефективності виробництва.

На третьому етапі відбувається вибір форми організації праці, визначення складу виробничих підрозділів підприємства. Також здійснюється організація робочого процесу і кооперація фахівців.

Заключним етапом є розробка нормативів, необхідних для організації планування виробництва продукції. Сюди входять різні види виробничих витрат, які будуть включені в собівартість готової продукції.

Найбільший ефект буде досягнутий, якщо будуть розроблені комплексні технологічні процеси, що охоплюють, крім основних виробничих операцій, транспортні, контрольні та інші допоміжні процеси. В такому випадку, вже до початку виробничого процесу по технологічній документації можна визначити довжину і напрямок транспортних шляхів між технологічними операціями, тривалість транспортних операцій, спосіб їх виконання, долю ручних та механізованих робіт, їх трудомісткість.

Актуальність такого підходу диктується тим, що на підприємствах і в будівництві, як правило, обсяг допоміжних операцій часто перевищує обсяг основних.

Як і при проектуванні виробу, розробник процесу (технологічна служба підприємства) повинен розглянути відносну значимість наступних критеріїв проектування процесу виробництва: виробнича потужність; економічна ефективність; гнучкість; продуктивність; тривалість; надійність; ремонтпридатність; стандартизація і сталість результатів; безпеку, промислова санітарія і гігієна; задоволення життєвих потреб працівників.

При проектуванні виробничого процесу основна увага зосереджується на окремих процесах, через які проходять комплектуючі матеріали і складальні вузли під час виготовлення. Найбільш широко при плануванні процесів застосовуються такі інструменти: операційні маршрутні карти, схеми технологічного процесу, складальні схеми і креслення.

Таким чином, можна зробити висновок, що проектування процесу виробництва передбачає технічне забезпечення всіх виробничих процесів з розробкою нормативів для повного функціонування організації, тобто проектується виробництво продукції від початку і до кінця.

**Кондрашова Д.В., студентка гр. Б-МН-13-1**

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

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

## **ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА**

Існує багато засобів досягнення конкурентної переваги: виробляти високоякісну продукцію, організовувати гарне обслуговування клієнта, пропонувати нижчі ціни, ніж у конкурентів, мати більш зручне географічне розташування, мати власну технологію, забезпечувати розробку й упровадження нового продукту в більш короткі строки, мати добре відому торгову марку і репутацію, забезпечувати покупцям додаткові цінності за їх гроші (сполучаючи гарну якість, добрий сервіс та припустимі ціни). При цьому

досягнувши створення конкурентної переваги, компанія повинна пропонувати покупцям те, що вони вважають найбільш припустимим для себе – гарний товар за низькою ціною або товар покращеної якості, але трохи дорожче. Для цього існує кілька типів конкурентних стратегій.

Однак будь-яка конкурентна стратегія пов'язана винятково з планами керівництва по веденню конкурентної боротьби та наданню додаткових цінностей для покупців. Компанії у всьому світі використовують різноманітні засоби притягнення покупців, завойовуючи їх довіру на повторних продажах, випереджаючи конкурентів та утримуючи своє місце на ринку. З того часу як керівництво компаній почало сполучати короткострокові й довгострокові маневри для приведення у відповідність специфічної ситуації компанії та ринкового середовища, існує незліченна множина варіантів і нюансів стратегії. У цьому сенсі існує стільки конкурентних стратегій, скільки є конкурентів. Але тонкощі й поверхневі різниці мають вражаючу схожість, коли розглядаються (А) ціль діяльності компанії на ринку і (Б) тип конкурентної переваги, яке компанія намагається досягнути.

Під стратегією прийнято розуміти набір правил і прийомів, за допомогою яких досягається основна мета розвитку тієї чи іншої системи.

Економічна стратегія виробляє правила і прийоми, що забезпечують економічно ефективно досягнення стратегічних цілей, а також виробляє правила і прийоми досягнення стратегічних цілей, що базуються на порушенні зацікавленості всіх учасників процесу розробки і реалізації стратегічних програм в ефективності досягнення цієї мети.

Інакше кажучи, економічна стратегія пропонує ефективно досягнення цілей економічними методами і засобами [1].

За М.Портером, розробка стратегії конкуренції значною мірою визначається чітким розумінням суті бізнесу, його цілей та шляхів їх досягнення. На вибір та успішну реалізацію конкурентної стратегії компанії, на думку вченого, впливають: характер її активів і досвіду, порівняно з конкурентами; мотиваційні установки і потреби топ-менеджменту та інших працівників, які задіяні у процес впровадження обраної стратегії; внутрішні та зовнішні межі стратегії конкуренції, яку компанія може успішно взяти на озброєння; соціально-політичні фактори.

Згідно з Івановим Ю.Б., конкурентна стратегія як ретельно розроблена програма заходів, спрямованих на досягнення вигідної конкурентної позиції на ринку та адаптації до впливу зовнішнього середовища, повинна розроблятися за такими основними напрямками: реагування на зміни, що відбуваються в конкурентному середовищі даної галузі, в економіці в цілому; розробка заходів і дій, ринкових підходів, що можуть дати міцну перевагу перед конкурентами; об'єднання стратегічних ініціатив функціональних відділів; вирішення конкретних стратегічних проблем конкуренції, актуальних у даний момент [2].

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.

З метою довготермінового забезпечення конкурентоспроможності підприємству необхідно запроваджувати та використовувати стратегічні управлінські рішення, що можна вважати основою створення і реалізації конкурентних переваг підприємства [3].

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. В економічній літературі немає єдиного підходу до класифікації конкурентних стратегій та їх різновидів. Конкурентні стратегії класифікуються за різними ознаками: взаємозв'язків, дій та протидій конкуруючих компаній на ринку тощо [4]. Одним з основних інструментів стратегічного управління, що оцінюють в комплексі внутрішні і зовнішні чинники, які впливають на розвиток компанії є SWOT-аналіз [5].

М. Портер виділяє три базові конкурентні стратегії, які мають універсальний характер, тобто можуть бути використані в будь-якому конкурентному середовищі будь-яким підприємством і забезпечити конкурентні переваги:

4. Лідерство за витратами (дає можливість знижувати ціни).
5. Диференціація (товару і ринку).
6. Фокусування.

Слід зазначити, що процес формування конкурентної стратегії повинен характеризуватися комплексністю та завершеністю.

Отже, для розроблення чи зміни конкурентної стратегії компанії необхідно постійно проводити стратегічний аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища компанії. Під стратегічним аналізом зовнішнього середовища підприємства розуміється аналіз сукупності зовнішніх факторів, які впливають або можуть вплинути на діяльність компанії та не залежать від внутрішніх переваг або недоліків самої компанії. Найголовніше, що потрібно пам'ятати під час розробки конкурентної стратегії – це те, що вона повинна будуватися на основі тих сильних сторін (конкурентних переваг), якими конкуренти не володіють або нездатні повторити.

#### Перелік посилань

1. Ким У. Стратегия голубого океана. Как создать свободную нишу и перестать бояться конкурентов / У. Ким, Р. Моборн // Издательство : Ніппо, 2005. - 272 с.
2. Шершньова З.Є. Стратегічне управління: підручник / З.Є. Шершньова. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К. : КНЕУ, 2004. – 699 с.
3. Бергдал М. Чему я навчився у Сэма Уолтона. Как преуспеть в конкуренции с Wal-Mart и с другими розничными гигантами / М. Бергдал // Издательство:Гревцов Паблишер, 2008. – 304 с.
4. Немцов В.Д. Стратегический менеджмент: учебное пособие / В.Д. Немцов, А.Е. Довгань. - ТОВ «УВПК ЕксОб», 2001. – 560 с.
5. Горелов Д.О. Стратегія підприємства / Д.О. Горелов, С.Ф. Большенко. - Харків: Вид-во ХНАДУ, 2010. - 133 с.

УДК 634.0.61

**Кучеренко С.А., студентка гр. 051-16м-1**

**Науковий керівник: Тимошенко Л.В., к.е.н., доцент кафедри прикладної економіки (Державний ВНЗ "Національний гірничий університет", м. Дніпро, Україна)**

### ОСОБЛИВОСТІ ЕКОЛОГІЧНОГО АУДИТУ ЯК ВИДУ ЕКОЛОГО-ЕКОНОМІЧНОГО АНАЛІЗУ

Еколого-економічний аналіз – достатньо нова галузь економічного аналізу, що набула розвитку впродовж останніх кількох десятиліть у розвинених країнах і сьогодні знаходиться на етапі свого становлення в Україні. Даний вид аналізу може охоплювати всі сторони господарської діяльності підприємства у взаємозв'язку з його природоохоронною, ресурсозберігаючою, екоефективною діяльністю (прямий зв'язок «підприємство – довкілля») та впливу довкілля на діяльність підприємства (зворотний зв'язок «довкілля – підприємство»).

Еколого-економічний аналіз досліджує взаємодію екологічних і економічних процесів, пов'язаних із раціональним використанням природних ресурсів, відтворенням природно-ресурсного потенціалу, попередженням і ліквідацією негативних наслідків господарської діяльності та збереженням навколишнього природного середовища.

Еколого-економічний аналіз є категорією, що має багатоаспектний, комплексний характер та включає в себе основні складові (види): екологічна експертиза, екологічна діагностика, ситуаційний аналіз, екологічний маркетинговий аналіз, екологічний аудит. При цьому існує тісний взаємозв'язок між вказаними видами, зокрема екологічна експертиза і екологічний аудит розглядаються як інструменти додержання природоохоронного законодавства та екологічних вимог, а також попередження екологічних порушень в майбутньому.

Екологічний аудит є важливим механізмом системи управління навколишнім природним середовищем та інструментом регулювання еколого-економічних відносин. З посиленням вимог до природоохоронної діяльності та граничних нормативів природокористування екологічний аудит набуває актуальності у всіх сферах національного господарства. В умовах дії принципів сталого розвитку, проголошених на Всесвітніх самітах у Ріо-де-Жанейро та Йоганнесбурзі, і особливо впровадження принципу винуватця («забруднювач платить») екологічний аудит набуває особливого значення для корпорацій, підприємств як засіб захисту корпоративних інтересів і в той же час як засіб гармонізації відносин із суспільством, державою.

Правові засади проведення екологічного аудиту в Україні визначені Законом України «Про екологічний аудит». Відповідно до статті 1 цього Закону «екологічний аудит – це документально оформлений, системний, незалежний процес оцінювання об'єкта екологічного аудиту, що включає збирання і об'єктивне оцінювання доказів для встановлення відповідності визначених видів діяльності, заходів, умов, системи екологічного управління та інформації з цих питань вимогам законодавства України про охорону навколишнього природного середовища та іншим критеріям екологічного аудиту» [1].

Характерними особливостями екологічного аудиту є його незалежність, конфіденційність, об'єктивність, системність, компетентність, ліцензійність та відповідність цілям, які визначаються замовником під час укладання договору на проведення екоаудиту.

В умовах сьогодення в діючих нормативно-правових актах і в науковій літературі відсутнє єдине, загальноприйняте визначення сутності екологічного аудиту.

Борисова В.А. визначає «екологічний аудит як підприємницьку діяльність екологічних аудиторів чи екологічних аудиторських організацій зі здійснення незалежного кваліфікованого аналізу й оцінки господарської діяльності, яка впливає на навколишнє середовище, і розроблення рекомендацій щодо зниження негативного впливу на довкілля і здоров'я населення» [2].

Л.І. Максимів розглядає екологічний аудит як форму екологічного контролю: «екологічний аудит – форма екологічного контролю, інструмент оцінки впливу на стан

навколишнього середовища, спрямованого на посилення екологічної складової господарської діяльності. Під екологічним аудитом можна розуміти визначення сукупності показників стану навколишнього середовища у конкретному місці в будь-яку задану хвилину часу і зіставлення цих показників з національними та міжнародними стандартами» [3].

Я. Мех і Р. Кулик акцентують увагу на тому, що екологічний аудит є різновидом аудиторської діяльності [4].

Розвиток екологічного аудиту в Україні є необхідним кроком для інтеграції національних і міжнародних інтересів в умовах сучасного соціально-економічного розвитку. Передумовами його розвитку в Україні є перш за все усвідомлення глобальних екологічних проблем і визнання пріоритетності їх вирішення поряд з економічними та соціальними проблемами; а по-друге, процес інтеграції України у світове співтовариство. Необхідність проведення екологічного аудиту українських організацій має економічний, екологічний і соціальний аспекти.

Отже, екологічний аудит як вид еколога–економічного аналізу представляє собою абстрактно-логічне дослідження екологічних і економічних процесів та явищ господарської діяльності підприємств (організацій) в сфері природокористування та охорони навколишнього природного середовища та вивчення їх у всьому різноманітті зв'язків і залежностей.

### Перелік посилань

1. Про екологічний аудит», Закон України від 24.06.2004 р. № 1862-IV[Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/1862-15>
2. Борисова В.А. Екологічний аудит як механізм регулювання впливу на довкілля /Борисова В.А.//Держава та регіони. – 2002. – № 4. – С. 44-49.
3. Максимів Л.І. Формування концепції екологічного аудиту в Україні у контексті європейської інтеграції / Максимів Л.І., Буйна. І.С. // Науковий вісник. – 2005. - Вип. 15.7. – С. 215-220.
4. Мех Я. Екологічний аудит: сутність і проблеми становлення // Ярослав Мех, Роман Кулик // Бухгалтерський облік і аудит. – 2010. – № 2. – С 45-48.

УДК 658.5: 338.1

**Лончук Д.М., студент гр. М-АМ-15-1**

**Науковий керівник: Пілова Д.П., к.е.н., доцент кафедри прикладної економіки (Державний ВНЗ «Національний гірничий університет», м. Дніпро, Україна)**

### УДОСКОНАЛЕННЯ ПІДХОДІВ З МОРАЛЬНОГО СТИМУЛЮВАННЯ ПЕРСОНАЛУ МЕРЕЖІ МАГАЗИНІВ СПОРТИВНОГО ОДЯГУ

Вивчення морального стимулювання праці обумовлене тим фактом, що найбільш ефективно працюють ті організації, які займаються розвитком працівників, підвищенням якості життя на роботі і стимулюванням участі працівників в управлінні.

З розвитком ринкових відносин посилилася конкуренція між організаціями і підвищився динамізм змін, що відбуваються у зовнішньому середовищі. В таких умовах пріоритетом ділової організації стало задоволення потреб клієнтів, що означає орієнтацію управління на споживача. Необхідний продукт створюється в організації, а його якість і

своєчасність появи залежать від умотивованості працівників і відносини між ними в організації.

В умовах соціально-економічного розвитку, що склалися в Україні, неефективне використання людських ресурсів, від яких значною мірою залежить піднесення вітчизняної економіки, підвищення добробуту та якості життя громадян, призводить до зниження продуктивності праці, відсутності відповідного прибутку, скорочення бюджету й ВВП.

У зв'язку із цим важливим завданням є створення належних умов для спокійної, ритмічної, продуктивної роботи індивідів і колективів для розкриття та розвитку здібностей, творчого потенціалу. Актуальними залишаються проблеми визначення найбільш дієвих у цей період важелів впливу на персонал, розробки й упровадження стимулюючих систем, які встановлюють тісний зв'язок між оплатою праці робітника й ефективністю його діяльності, кваліфікацією, діловими якостями, особистою ініціативою, дають змогу модифікувати поведінку в необхідному для підприємства напрямі, що забезпечить досягнення високих виробничих результатів [1].

Форми стимулювання персоналу поділяються на три групи: загальна матеріальна винагорода розглядається як база для кожної країни та умов праці та надбавки, доплати, додаткові виплати, премії, комісійні винагороди, компенсації, специфічний набір інструментів стимулювання працівників [2].

Стимулюючий вплив моралі базується на наявності моральних спонукань до праці і в рамках системи мотивації та стимулювання персоналу організації утворює різні форми громадської оцінки досягнень і заслуг працівників. Моральне стимулювання "запускає в дію" мотивацію, засновану на реалізації потреби висловлювати вдячність і бути визнаним, і полягає в передачі і поширенні інформації про результати трудової діяльності, досягнення в ній і заслуги працівника перед колективом або організацією в цілому. Як заходи морального стимулювання можуть бути використані похвала, офіційне визнання заслуг, нагорода, кар'єрне зростання, підвищення офіційного статусу посади, навчання, участь у цікавому проекті, участь в конкурсі, залучення до управління і багато інших методів. Об'єднуючи їх різноманіття, можна виділити чотири основні практичних підходу до морального стимулювання персоналу: систематичне інформування персоналу, організація корпоративних заходів, офіційне визнання заслуг і регулювання взаємовідносин у колективі [3].

Проаналізовано персонал мережі магазинів спортивного одягу, який характеризується переважно наступними ознаками:

- вікова категорія персоналу складає від 18 до 36 років, здебільшого складає 18-25 років;
- персонал переставлений переважно студентами вищих навчальних закладів, які працюють під час навчання;
- переважна частина персоналу має стаж роботи від 1 до 3 років, максимальне стаж складає 6 років;
- для багатьох працівників робота в магазині не є за фахом. При цьому кваліфікація персоналу в цілому відповідає обов'язкам, які виконуються.

Отже, з огляду на специфіку проаналізованих категорій персоналу система морального стимулювання для підвищення рівня результативності праці може включати наступні напрямки: моральне стимулювання, організаційне стимулювання і стимулювання вільним часом (табл. 1).

Таблиця 1

#### Методи морального стимулювання персоналу

Групи методів морального стимулювання	Методи морального стимулювання	Застосування у мережі магазинів
Систематичне інформування персоналу	Розширені наради: - Зборів трудового колективу; - Презентації успішних проектів; - Організований внутрішній піар; - Цілеспрямована ідеологічна робота; - Локальні корпоративні ЗМІ (газета, журнал, сайт, локальна інформаційна мережа); - Фірмовий стиль (ділові приналежності з фірмовою символікою, фірмовий одяг) та ін.	- Щоденне проведення ранкових тренінгів для мотивування персоналу; - Збір колективу щомісяця для обговорення цілей та показників - Огляд новин із свіжими подіями в компанії
Організації корпоративних заходів	- Професійні конкурси; - майстер-класи; - трудові змагання; - корпоративні свята; - події заходи; - заходи тимблдінга (командоутворення) і ін.	- Конкурси серед персоналу на більше перевиконання показників; - Командоутворення поза робочого часу
Офіційне визнання заслуг	- нагородження заслужених співробітників грамотами, дипломами, корпоративними нагородами, цінними подарунками, путівками, грошовими сумами (статусними преміями); - згадка на нарадах, публічних заходах; - дошка пошани	- нагородження кращого працівника місяця на щомісячному зборі трудового колективу; - фото кращого працівника місяця на дошці пошани - за відданість компанії після року праці; - нагородження корпоративним значком
Регулювання взаємовідносин в колективі	- Використання демократичного стилю керівництва; - науково обгрунтований підбір, навчання і періодична атестація керівних кадрів; - комплектування первинних підрозділів з урахуванням фактора психологічної сумісності	- проведення атестації керівних кадрів і персоналу раз на пів року

Пріоритетність вибору того чи іншого напрямку нематеріального стимулювання в практиці роботи з персоналом залежить від того, в якій ситуації і з якою метою вони застосовуються, а також в якій мірі цілі органів управління відповідають інтересам працівників.

### Перелік посилань

1. Виноградський М.Д. Менеджмент в організації: Навч. посіб. / М.Д. Виноградський, А.М. Виноградська, О.М. Шкапова. - 3-тє вид., виправлене. - К.: Кондор, 2004.
2. Гончарова О. Стаття «Как мотивировать людей рабочих профессий?» // "Ведомости", 02.03.2006
3. Єремєєв, М.А. Напрямки вдосконалення оцінки мотивації персоналу / М.А. Єремєєв // Вест. Саратов. держ. техн. ун-ту. 2007. № 4 (28). Вип. 1.С. 224 - 230.

УДК 658.5

**Манукян С.А., студент гр. МН-13-3**

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

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

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

Управління зовнішньоекономічною діяльністю - це системний вплив на об'єкт (виробничі структури, фірми, організації, колективи людей) для забезпечення їх життєздатності, узгодження в роботі і досягнення кінцевого результату [1]. Важливим елементом управління зовнішньоекономічною діяльністю є формування цілей, що виступає як передбачення результатів управлінської діяльності.

Серед основних елементів організаційно-управлінського механізму експортної діяльності підприємств можна виділити сім основних блоків, кожен з яких є відносно самодостатньою системою [2]:

- 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.

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 рубежем та її вплив на підприємство.

5. Тенденції розвитку світової економіки і зовнішньоекономічних зв'язків і оцінка очікуваного впливу на умови функціонування підприємства:

- прогнольні зміни в зовнішньоекономічній політиці різних країн, у їх загальногосподарській кон'юктурі, тенденції розвитку світового ринку.

6. Результати всебічного аналізу зовнішньоекономічних зв'язків, прогнозних 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.

При експортних операціях виконується ряд допоміжних зовнішньоторгових операцій, до яких відносяться наступні [5]:

- операції по міжнародних перевезеннях;
- транспортно-експедиторські операції;
- операції по страхуванню вантажів;
- операції по збереженню вантажів при міжнародних перевезеннях;
- операції по міжнародних розрахунках.

Отже, сутність проблеми управління асортиментом при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності полягає в плануванні практично всіх видів діяльності, спрямованих на відбір продуктів для майбутньої реалізації на закордонному ринку й на приведення характеристик цих продуктів у відповідність із вимогами споживачів. Труднощі рішення даного завдання полягають в складності об'єднання всіх цих елементів для досягнення кінцевої мети - оптимізації асортименту з обліком поставлених підприємством стратегічних ринкових цілей.

Здійснення зовнішньоторгової операції експорту вимагає застосування певної правової форми і використання конкретних способів (методів) її здійснення. Правовою формою, що опосередковує зовнішньоторгові операції, являється зовнішньоторгова угода. Обов'язкова умова угоди - підписання її з іноземним партнером, тобто контрагентом.

Реалізація типової зовнішньоторгової угоди проходить ряд етапів. В свою чергу, етапи складаються з послідовних стадій її підготовки. Кожна із стадій має конкретне цільове призначення і оформляється відповідними супроводжуваними документами.

### Перелік посилань

1. Управління зовнішньоекономічною діяльністю: навч. посібник: 2-ге вид. випр. і доп. / За заг. ред. А.І. Кредісова. - К.: ВІРА-Р, 2002. - 552 с.

2. 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.

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: навч. посібник / О.В. Шкурупій. - К: ЦУЛ, 2012. - 304 с.

5. Панкова Л.А. Зовнішньоекономічні операції і контракти: навч. посібник. - 2-ге вид. Перероб. і доповнене / [Л.А. Панкова, В.В. Козик, А.О. Босак та інш.]. - Київ: Центр навчальної літератури, 2004. - 608 с.

УДК 658.14.17

**Маркова К. В., студентка гр. ЕПфе-14-1**

**Науковий керівник: Шаповал В.М., д.е.н., професор кафедри економіки підприємства (Державний ВНЗ "Національний гірничий університет", м. Дніпро, Україна)**

## **ДЖЕРЕЛА ФІНАНСУВАННЯ СТАЛОГО СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Аналіз економічної ефективності підприємницької діяльності підприємств за її складовими, доходом і прибутком дозволяє диференційовано розкрити стан джерел фінансування соціального розвитку.

Наявність прибутку підприємства не завжди є основою створення (або поповнення) фонду споживання, основного внутрішньогосподарського механізму соціального розвитку, і ось чому. Стан матеріальної і технічної основи функціонування підприємств (здебільшого оборотні й необоротні активи) вимагає значного оновлення і, як наслідок, вони споживають значні інвестиції. Дорогі кредити змушують підприємства в першу чергу задіяти власні фінансові ресурси (фонд накопичення), складовою яких є прибуток.

Для підприємств, у яких чистий прибуток незначний або відсутній, основним джерелом соціального розвитку є витрати або собівартість продукції (послуг).

На думку автора, у сучасних умовах господарювання підприємств України, коли ринок продажів «сповзає» вниз, виробник зобов'язаний утримувати свої позиції, пропонуючи клієнтам покращену якість готової продукції, зберігаючи при цьому професійний склад кадрів. Якісний склад кадрів був і залишається основою конкурентоспроможності підприємства.

Основою соціальної захищеності працівників підприємств, у будь-яких умовах господарювання є заробітна плата. Аналізуючи динаміку зміни мінімальної заробітної плати за останні роки (2011–2016), слід відзначити її складний тренд. Якщо з 2009 року він був позитивним, то у 2014 році його зростання дорівнювало «0», протягом 2016 року мінімальна заробітна плата зросла на 13 % [1].

Фонд оплати праці, основою якого є заробітна плата працівника, сьогодні залежить не від обсягу виробництва, а від обсягу реалізації продукції (послуг). Конкурентоспроможність підприємства в основному визначається якістю і рівнем ціни на запропонований ринку товар і, як наслідок, формує вартість масиву продажів (реалізації),

а, значить, і фонд оплати праці. Економічна закономірність зростання або підтримання рівня заробітної плати працівників підприємства, перш за все, вимагає позитивного тренду зарплатоємності продукції [2]. Однак, названа закономірність вимагає забезпечення зростання продуктивності праці більш високими темпами, ніж коефіцієнт зарплатоємності.

Відсутність прибутку ще не означає неможливість здійснювати соціальний розвиток підприємства. У розпорядженні бізнесу залишається значна частка доходу, що є фінансовою основою функціонування підприємств і одночасно виконанням його соціальних зобов'язань.

Сьогодні, при високому ступені самостійності підприємств, в інтегральній системі згаданих витрат слід враховувати їх диференціацію на відрахування державі як Єдиний соціальний внесок (ЄСВ) і внутрішньогосподарське забезпечення соціального розвитку підприємства. Якщо ставка ЄСВ установлюється державою відповідно до заробітної плати, та на даний час складає в середньому 43 % доходу (до 2016 р.), з початку 2016 р. – 27 %, то внутрішньогосподарські витрати у визначальній мірі забезпечуються прибутком і собівартістю продукції [4].

Для більшості підприємств в умовах підприємницької діяльності при значній вірогідності відсутності прибутку фінансовою основою соціального розвитку є собівартість продукції (витрати). Значну кількість елементів витрат, місця їх виникнення, право участі в виробництві, функціональний характер та інше зумовлюють їх класифікацію.

Підприємства самостійно планують і враховують витрати (собівартість), беручи за основу Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність». Слід зазначити, вищезазначене законодавство належним чином характеризує сутність витрат за елементами операційної діяльності підприємств, але недоліком його є відсутність директивно розробленої нормативної бази. Це головним чином стосується непрямих витрат, де в деякій мірі зосереджуються витрати на соціальні заходи.

Для пошуку фінансової основи забезпечення принципів соціального розвитку за собівартістю продукції слід розкрити зміст її елементів (або калькуляційних статей). Для підприємств України, відповідно до стандарту з обліку, фактичні витрати виробничо-господарської (операційної) діяльності групують за економічними елементами.

Заробітна плата за виконаний обсяг робіт разом з іншими видами доплат (що не відносяться до додаткової зарплати) за всіма категоріями працівників за звітний період становить фонд оплати праці. Фонд оплати праці є значущою характеристикою рівня соціальної захищеності трудових ресурсів підприємств [3].

У елементах витрат, крім оплати праці, зосереджені можливості додаткового преміювання персоналу: за якісне виконання планових завдань з виробництва і реалізації продукції, за перевиконання норм виробітку, за скорочення тривалості виробничого циклу, за економію оборотних коштів, у т. ч. матеріальних і сировинних ресурсів, за мінімізацію термінів і вартості проведення ремонтів та ін. Названі заохочення, як і інші заохочувальні та компенсаційні виплати, нараховуються (як правило) на розсуд облікових служб підприємств.

І все ж, на нашу думку, є велика необхідність розкрити названі витрати. До них слід відносити: суми, що виплачуються працівникам, які перебувають у відпустці з ініціативи адміністрації з частковим збереженням заробітної плати; надбавки і доплати; винагороди (процентні надбавки) за вислугу років, стаж роботи (надбавки за стаж роботи за фахом на підприємстві); винагороди за відкриття, винаходи та раціоналізаторські пропозиції; премії за сприяння винахідництву і раціоналізації; за створення, освоєння і впровадження нової техніки; за введення у зазначений термін дострокових виробничих потужностей і об'єктів

будівництва; за своєчасну поставку продукції на експорт та інше; премії, що виплачуються у встановленому порядку за спеціальними системами преміювання, у тому числі за: збір і здачу окремих видів відходів виробництва для вторинного їх використання; збір, сортування, зберігання і здавання вторинної сировини; скорочення часу перебування вагонів під завантаженням і розвантаженням, їх щільне завантаження, підвищення рівня маршрутизації перевезення вантажів транспортом.

Сформоване розуміння соціально-економічного розвитку підприємства (при відсутності прибутку) базується в основному на заробітній платі, тоді як інші заохочувальні та компенсаційні виплати за раніше згаданими елементами операційних витрат у значній мірі опускаються. До головної причини такого явища слід віднести недостатній контроль (а іноді й недостатній рівень економічних знань) підприємців за розробкою кошторису витрат з локальним плануванням витрат на матеріальне стимулювання мотивації праці.

#### Перелік посилань

1. Амоша О.І. Формування кластерної моделі соціально-економічного розвитку міста / О.І. Амоша, К.В. Некрасова // Економіка будівництва і міського господарства, 2005. – № 1. – С. 13–18.
2. Кизим М.О. Управління створенням і розвитком видатної корпорації: Монографія / М. О. Кизим, А.А. Пилипенко, І.В. Ялдин – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2007. – 208 с.
3. Михуринская Е.А. Концепции социально-экономического развития общества в контексте экономических теорий / Е.А. Михуринская // Проблемы материальной культуры, 2006. – №86. – С. 34–38.
4. Панченкова Ю.В. Економічна суть витрат основної діяльності промислового підприємства / Ю.В. Панченкова, С.І. Головацька // Галицький економічний вісник. – 2013. – № 1 (26). – С. 282–294.

УДК 338:658:[519.7]

**Мельник Т. О.** студентка гр. ЕК-12-1

**Науковий керівник: Демиденко М.А., к.т.н., доцент кафедри електронної економіки та економічної кібернетики**

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

### ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКОВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ВАТ «ЗАПОРІЖСТАЛЬ» ІЗ ВИКОРИСТАННЯМ ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНОГО МОДЕЛЮВАННЯ

Для підвищення прибутковості підприємства ВАТ «Запоріжсталь» доцільно оптимізувати виробничу собівартість продукції. Модель сформульовано як задачу лінійного програмування. Модель дозволяє розрахувати оптимальні обсяги виробництва на період 1 місяць із урахуванням технологічних, економічних та ринкових обмежень.

Для математичного описання моделі прийнято наступні позначення:

$x_{t_j}$  – обсяг випуску  $j$ -го виду продукції в період часу  $t$ ;

$\varphi_{t_j}$  – собівартість  $j$ -го виду продукції в період часу  $t$ ;

$B_j$  – попит на  $j$ -ий вид виготовленої продукції;

$\Pi$  – виробничі потужності підприємства;

$q_j$  –затрати ресурсу для виготовлення  $j$ -го виду продукції;

$P_{t_i}$  – запаси  $j$ -го виду ресурсу для періоду часу  $t$ ;

$\alpha_j$  –трудовитрати на виготовлення одиниці  $j$ -го виду продукту;

$T_{t_i}$  – трудові ресурси, доступні в період часу  $t$ ;

$\beta_j$  – обсяг, яку займає  $j$ -ий вид виготовленої продукції на складі;

$S_{t_i}$  – обсяг складського приміщення, доступна в період часу  $t$ ;

$C$  – собівартість готової продукції.

*Невідомі:*

$x_i$  – кількість випуску продукції  $i$  – го виду.

Умови моделі:

1) Обмеження на попит:

$$\sum_{t=1}^n x_{t_i} \geq B_j; \quad (1)$$

2) Обмеження виробничих потужностей підприємства:

$$\sum_{j=1}^m x_{t_j} \leq \Pi; \quad (2)$$

3) Обмеження запасів ресурсів:

$$\sum_{j=1}^m q_j x_{t_j} \leq P_{t_i}, t = 1, T; \quad (3)$$

4) Обмеження трудових ресурсів:

$$\sum_{j=1}^m \alpha_j x_{t_j} \leq T_{t_i}, t = 1, T; \quad (4)$$

5) Обмеження по площі складських приміщень:

$$\sum_{j=1}^m \beta_j x_{t_j} \leq S_{t_i}, t = 1, T. \quad (5)$$

У задачі треба знайти такий оптимальний план використання матеріальних та ресурсних фондів, який найкращим способом забезпечує розподіл ресурсів для випуску продукції та приведе до мінімізації собівартості. Модель реалізована в середовищі MS EXCEL. Пошук рішення – це надбудова EXCEL, яка дає можливість розв'язувати задачі лінійного програмування.

### Перелік посилань

1. Демиденко М.А. Математичне програмування: Навч. посібник. – Дніпропетровськ: Національний гірничий університет, 2005.– 110 с.

УДК 330.15: 504.06

**Московська Г.О., студентка гр. ЕПфе-14-1****Науковий керівник: Герасименко Т.В., к.геол.н., доцент кафедри економіки підприємства***(Державний ВНЗ «Національний гірничий університет», м. Дніпро, Україна)*

## **УПРАВЛІННЯ РАЦІОНАЛЬНИМ ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯМ В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНОЇ КРИЗИ**

До кінця ХХ століття природні ресурси оцінювалися як невичерпні і рівень їх споживання по відношенню до можливостей відновлення не розглядався в числі визначальних параметрів. Різке загострення в цей період глобальних екологічних проблем стало початком формування концепції сталого розвитку, основна ідея якої полягає в гармонійному, збалансованому використанні природних ресурсів, необхідності їх розумного споживання таким чином, щоб були враховані інтереси майбутніх поколінь. Раціональне природокористування являє собою досить повне використання видобутих природних ресурсів, забезпечення відновлення поновлюваних природних ресурсів, а також максимальне використання відходів виробництва, що сьогодні стає основоположним принципом сталого розвитку України.

На даний час термін «природокористування» трактується, як можливість використовувати корисні властивості навколишнього середовища з метою задоволення різних потреб (економічних, екологічних, оздоровчих, культурних та ін.). Ефективне природокористування передбачає раціональне витрачання природних ресурсів і засновано на плануванні та прогнозуванні їх споживання [1].

При аналізі перспектив економічного розвитку нашої держави часто обмежуються лише урахуванням особливостей матеріально-речових і фінансових потоків, національних і політичних особливостей і значною мірою не беруться до уваги проблеми, що стосуються природоохоронної проблематики.

Управління природоохоронною діяльністю здійснюється двома рівнями: природними системами і природокористувачами.

З точки зору системного підходу соціо-еколого-економічну систему раціонального природокористування необхідно розглядати як складну відкриту динамічну систему, що містить у собі екологічну, соціальну та економічну підсистеми. Дані підсистеми є стохастичними, а їх функціонування і розвиток обумовлюються впливом достатньої кількості екзогенних та ендегенних факторів, багато з яких мають невизначений або ж випадковий характер. У процесі взаємодії між підсистемами виникає ряд протиріч, які обумовлені наявністю різноспрямованих ланцюгів даних підсистем. Головне протиріччя полягає в обмеженій можливості екологічної підсистеми задовольняти потреби економічної та соціальної підсистем. Існуючі протиріччя необхідно вирішувати шляхом знаходження загальної цільової функції підсистем з урахуванням раціонального використання природних ресурсів [2].

Для формування ефективної і раціональної природоохоронної діяльності у міських умовах необхідно, в першу чергу, розробити більш досконалу систему регулювання в цій галузі. Основоположним у цьому процесі є формування ефективних інформаційних технологій, які покликані забезпечити створення баз даних природно-ресурсного потенціалу, його використання та охорони. Для прийняття розумних управлінських рішень

вся інформація повинна бути ретельно проаналізована і підготовлена до подальшого використання.

Деградація ґрунтів і земель, захаращення земель несанкціонованими звалищами та іншими видами нелегітимного розміщення відходів життєдіяльності та виробництва, забруднення об'єктів природного середовища різними хімічними речовинами можна визначити, як екологічний збиток від погіршення і руйнування земель, елементів навколишнього природного середовища під впливом антропогенних навантажень.

Екологічна безпека є багатокомпонентним показником і може містити в собі такі коефіцієнти: забруднення земель, заболоченості території, рельєфа території та багато інших.

Ефективність природоохоронних заходів – соціальна, еколого-економічна – результативність проведення тих або інших природоохоронних заходів.

Оцінку ефективності інформаційного забезпечення природоохоронної діяльності на територіях доцільно проводити за звітний період часу, тобто за рік, розраховуючи за такою формулою:

$$E = \frac{Z_d + Z_z + Z_{тв} + Z_{ав} + Z_{ін}}{K},$$

де  $E$  – економічна ефективність інформаційного забезпечення;  $K$  – капітальні інвестиції природоохоронної діяльності із застосуванням інформаційного забезпечення, тис. грн;  $Z_d$  – відвернений збиток з використанням інформаційного забезпечення від деградації ґрунтів і земель, тис. грн;  $Z_z$  – відвернений збиток з використанням інформаційного забезпечення від забруднення земель, тис. грн;  $Z_{тв}$  – відвернений збиток з використанням інформаційного забезпечення від технологічного впливу на компоненти природного середовища, тис. грн;  $Z_{ав}$  – відвернений збиток з використанням інформаційного забезпечення від антропогенного впливу на компоненти природного середовища, тис. грн;  $Z_{ін}$  – будь-який інший вид збитку, завданого природному середовищу, відвернений із застосуванням інформаційного забезпечення, тис. грн.

При цьому провести оцінку величини відверненого збитку від забруднення земельних ресурсів з використанням інформаційного забезпечення можна за такою формулою:

$$Z_{пр} = B \cdot S \cdot \kappa_e \cdot \kappa_{інф},$$

де  $Z_{пр}$  – відвернений збиток з використанням інформаційних технологій у результаті природоохоронної діяльності, тис. грн;  $B$  – вартісний показник природного об'єкта, тис. грн / га;  $S$  – площа ґрунтів і земель, що збережена від негативного впливу в результаті проведених заходів, га;  $\kappa_e$  – коефіцієнт екологічної безпеки території;  $\kappa_{інф}$  – коефіцієнт використання інформаційного забезпечення.

Варто зазначити, що наявність актуального інформаційного забезпечення може стати ефективним способом економії коштів місцевих бюджетів при здійсненні заходів з прийняття та реалізації управлінських рішень у сфері проведення ефективної інвестиційної та соціальної політики.

Зауважимо, також що в даний час майже половина коштів, які виділяються на природоохоронну діяльність, витрачаються на роботи з підготовки вихідної інформації. Відповідно при прийнятті управлінських рішень наявність актуалізованого інформаційного забезпечення дозволить істотно підвищити ефективність проведення таких робіт.

### Перелік посилань

1. Сучасні напрями економічного забезпечення раціонального

природокористування в Україні / [ наук. ред.: М.А. Хвесик, С.О. Лизун; Держ. установа «Ін-т екон. природокористування та сталого розвитку Нац. акад. наук України» ]. – К.: ДУ ІЕПСР НАН України, 2013. – 64 с.

2. Екологічний менеджмент: навч. посіб. / за ред. В.Ф. Семенова, О.Л. Михайлик. – К.: Центр навч. л-ри, 2004. – 407 с.

УДК 65.012.2

**Мятечка В.М., студентка гр. МН-13-4.**

**Науковий керівник: Грошелева О.Г., к.е.н., доцент кафедри менеджменту виробничої сфери**

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

## **РОЛЬ СТРАТЕГІЇ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ВИСОКИХ ПОКАЗНИКІВ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

Сучасне підприємство, зокрема й українське, працює в ринкових умовах, які характеризуються значним динамізмом та мінливістю, а отже й високими показниками невизначеності. Більше того, рівень конкурентного тиску, який відчувають на собі вітчизняні виробники, підвищується внаслідок скорочення платоспроможного попиту, викликаного несприятливими економічними та політичними умовами у країні, а також активними діями іноземних товаровиробників, що, в свою чергу, пов'язане із наслідками світової фінансово-економічної кризи, а також лібералізацією української економіки, внаслідок її входження до СОТ та євро інтеграційних прагнень.

Про позицію України у світовій торгівлі свідчать показники зовнішньо торгівельного балансу, сальдо якого, починаючи з 2006 р., є стабільно від'ємним (тобто обсяги експорту є нижчими за імпорт, що вказує на той факт, що на даний момент українські виробники поступаються у рівні конкурентоспроможності послуг та продукції, яку вони виробляють). Більше того, за останній рік темпи зростання експорту порівняно із імпортом уповільнилися. Статистика свідчить, що якщо у 2015 р. експорт України склав 1044541 млн. грн., а імпорт – 1084016 млн. грн., то у 2016 р. ці показники є відповідно такими: 1174625 та 1323127 млн. грн. Темп росту експорт склав майже 112%, а імпорту – майже 122%. Це призвело до того, що від'ємне сальдо зовнішньо торгівельного балансу збільшилося і становило вже -148502 млн. грн. [1]. Таким чином, посилення конкурентної позиції як на рівні окремого підприємства, так і на національному рівні – актуальне стратегічне завдання для менеджерів.

Формування та підтримання сильної конкурентної позиції – це процес, який на підприємстві має відбуватися перманентно та системно. Це означає, що конкурентоспроможність – це результат розробки та реалізації узгодженої, скоординованої генеральної стратегії підприємства, яка побудована на його внутрішніх сильних сторонах (унікальних компетенція), захисті та посиленні слабких сторін, та орієнтована на використання тих можливостей та захисті від тих загроз, які сформовані у зовнішньому середовищі. Тобто підставою для вибору відповідної стратегії є результати стратегічного аналізу (SWOT, PEST тощо), які дозволяють визначити позицію підприємства у зовнішньому середовищі.



Стан та перспективи зовнішнього середовища формуються під впливом великої кількості різних факторів (умовно їх поділяють на дві групи: фактори мікро- та макросередовища). Виявити та врахувати абсолютно всі – надзвичайно складне та витратне завдання, тому на цьому етапі дотримуються принципу розумного абстрагування, коли намагаються орієнтуватися на дію реально значущих факторів. Серед таких, перш за все, виділяють вплив постачальників, споживачів, конкурентів, державних органів, економічних чинників.

Узгодженість означає, що стратегії нижчого рівня (бізнес-стратегії, функціональні стратегії, тощо) мають спрямовуватися на досягнення тих цілей та використання для цього тих інструментів, які визначені або скоординовані із генеральною (корпоративною) стратегією. Більше того, при розробці стратегії (будь-якого рівня) важливою умовою є системність, яка на сучасному етапі є критично необхідним атрибутом управління бізнесом.

Зручним та сучасним інструментом, який дозволяє дотримуватися принципу системності при розробці стратегічних заходів, є діаграма Іссікави (риб'ячий скелет), яка дозволяє системно інтегрувати цілісний комплекс заходів стратегічного управління [2]. Аналізуючи можливі напрямки удосконалення діяльності підприємства, керівник обирає, на чому, перш за все, мають бути зосереджені зусилля.

Стратегія кожного рівня має своє принципове завдання. Так, корпоративна стратегія має описувати розвиток підприємства як єдиного цілого, формулюватися на вищому рівні та бути обов'язковою для всіх підрозділів підприємства, незалежно від ступеню їх автономії та децентралізації. Ця стратегія має забезпечити ефекти синергії, який є однією з найважливіших характеристик складних систем. Синергія – це властивість системи, яка полягає у тому, що при взаємодії різних підрозділів та бізнес-одиниць компанії загальний результат перевищує суму простих ефектів від їх діяльності [3].

Досягти синергії та використати її можливі переваги – важливе завдання на шляху забезпечення сильної конкурентної позиції. Сучасні наукові та практичні підходи до стратегічного аналізу цього рівня зводяться до наступного: щоб досягти операційної синергії, потрібно змінити спосіб взаємодії ресурсів, на яких ґрунтується ланцюг постачань кожного окремого бізнесу. Це може бути використання подібності чи неподібності ресурсів або їхня модифікація (від мінімальної до масштабної). Поєднавши ці дві ідеї, можна визначити чотири типи операційної синергії, якими є:

- консолідація - інтегрування ресурсів дуже високого рівня подібності з тим, аби усунути зайві;
- комбінування – об'єднання ресурсів дуже високого рівня схожості для зміцнення конкурентних позицій;
- кастомізація – партнерство, що ґрунтується на інтеграції двох унікальних ланцюгів, при якому одна з компаній може адаптувати нематеріальні ресурси партнера до своїх особливостей;
- об'єднання – пакетування ресурсів: ланцюги з неподібними ресурсами об'єднуються, щоб максимально розширити межі потенційного ринку [4].

Визначення типу синергії на етапі побудови корпоративної стратегії дозволяє менеджерам ідентифікувати нові можливості для посилення конкурентної позиції підприємства в межах існуючих та потенційних партнерств. Також, це відправна точка для побудови бізнес-стратегії та функціональних стратегій, які мають утворювати можливості, визначати та акумулювати ресурси, необхідні для досягнення тих цілей, які визначені в межах корпоративної стратегії.

Таким чином, стратегічний підхід в управлінні, розробка та впровадження інтегрованих стратегій на кожному ієрархічному рівні, які враховуватимуть можливості підприємства та орієнтуватимуться на умови зовнішнього середовища – важливе підґрунтя для посилення конкурентної позиції підприємства у мінливих та надзвичайно складних напружених ринкових умовах, в яких працює сучасне вітчизняне підприємство.

#### Перелік посилань

1. Экспорт и импорт Украины [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://index.minfin.com.ua/index/gdp/eximp/>
2. Савчук В.П. Стратегия + финансы: уроки принятия бизнес-решения для руководителей [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.management.com.ua/strategy/str189.html>
3. Маленков Ю.А. О классификациях стратегий компаний [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.cfin.ru/management/strategy/concepts/classification.shtml>
4. Як максимально використати переваги синергії [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.management.com.ua/notes/synergies.html>

УДК 658.5

**Нечай В.С., студент гр. Бс-МН-14-2**

**Науковий керівник: Тимошенко О.О., к.е.н., асистент кафедри менеджменту виробничої сфери**

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

### ЕФЕКТИВНЕ УПРАВЛІННЯ ЗБУТОМ ПІДПРИЄМСТВА: ОСНОВНІ СКЛАДОВІ

Організація збуту в системі підприємства і його управління виконує вельми важливу роль в тому значенні, що здійснює зворотний зв'язок виробництва з ринком, є джерелом інформації про попит і потреби споживачів.

Роль і значення збутової діяльності полягають в наступному:

- збутова діяльність, будучи в певному значенні продовженням виробничої, не просто зберігає створену споживчу вартість і вартість товару, а створює додаткову, тим самим, збільшуючи його загальну цінність;
- будучи однією з найважливіших функцій підприємства, збутова діяльність не тільки реалізує його корпоративну місію, але і певною мірою визначає її;
- збутова діяльність є результативною, бо до певної міри обумовлює і зрештою проявляє і реалізує всі економічні і фінансові результати діяльності підприємства;
- збутова діяльність як вид функціональної діяльності підприємства у всьому ланцюжку і системі створення товару є одним з джерел його конкурентної переваги як прямого (в межах власної організації), так і непрямого (у системі організації його господарських зв'язків і ділових відносин з партнерами) ефектів [1].

Зміст комерційної діяльності підприємства по збуту визначається сукупним змістом всіх взаємозв'язаних послідовних і цілеспрямованих функціональних дій по розподілу, доведенню і реалізації товару покупцям.

Основною функцією збуту комерційного характеру є безпосередньо продаж продукції.

Зміст маркетингової роботи по збуту товарів ґрунтується на:

- дослідженні ринку;
- плануванні комерційної діяльності;
- організації і веденні оперативно-збутової діяльності;
- встановленні комерційних взаємовідносин з покупцями;
- розробці збутової програми;
- складанні графіків поставки продукції; веденні розрахунків тощо.

Форма збуту визначається організаційно-правовими відносинами суб'єктів збутової системи та обумовлює наступну класифікацію збутових систем [2]:

- власна збутова система виробничого підприємства;
- зв'язана збутова система — система збуту, пов'язана з виробничим підприємством;
- незалежна система збуту — система збуту, не пов'язана з підприємством.

В процесі діяльності підприємства проблема управління збутом розв'язується вже на стадії розробки політики фірми. Мова про вибір найефективнішої системи, каналів і методів збуту стосовно конкретно певних ринків. Це означає, що виробництво продукції із самого початку орієнтується на конкретні форми і методи збуту, найсприятливіші умови. Тому розробка збутової політики має на меті визначення оптимальних напрямів і засобів, необхідних для забезпечення найбільшої ефективності процесу реалізації товару. Це припускає обґрунтований вибір організаційних форм і методів збутової діяльності, орієнтованих на досягнення намічених кінцевих результатів.

Система збуту підприємства може бути побудована різним чином:

1) Традиційна система збуту – складається з незалежного виробника, одного або декількох оптових торговців і одного або декількох роздрібних торговців. Всі учасники системи самостійні і не підконтрольні іншим, переслідують мету максимізації прибутку тільки на своїй ділянці збутової системи.

2) Вертикальна система збуту – діє як єдина система, включає виробника, одного або декілька оптових і роздрібних торговців, які переслідують загальні цілі. Як правило, один з учасників виступає в очолюючій ролі. Вертикальні системи можуть бути корпоративними, договірними або адміністративними.

3) Горизонтальна система збуту – об'єднання двох або більш фірм в сумісному освоєнні маркетингових можливостей, що відкриваються, на конкретному ринку.

Основні типи торгово-збутової діяльності наступні:

1. Прямий збут – встановлення прямих контактів з покупцями (звичайно застосовується при продажу засобів виробництва).

2. Непрямий збут – продаж товару через торгові організації. Незалежні від виробника (для товарів широкого споживання).

3. Комбінований, або змішаний збут припускає використання як прямих, так і опосередкованих зв'язків з покупцями.

4. Інтенсивний збут – підключення до системи збуту всіх можливих торгових посередників (для товарів широкого споживання, марочних товарів).

5. Селективний (вибірковий) збут – передбачає обмеження числа торгових посередників залежно від характеру клієнтури, можливостей обслуговування, рівня підготовки персоналу і т.п. (застосовується для товарів, що вимагають спеціального обслуговування, а також для дорогих престижних товарів).

6. Націлений збут – направлений на певну групу покупців (ринковий сегмент).

7. Ненацілений збут – маркетингові заходи адресуються всім групам покупців [3].

Для досягнення комерційного успіху при використуванні того або іншого типу торгово-збутової діяльності потрібно ретельно проаналізувати всі фінансові питання, провести порівняльну характеристику витрат і результатів.

Отже, управління збутовою діяльністю підприємства в умовах загострення конкуренції на ринках збуту, збільшення витрат, пов'язаних із реалізацією та просуванням товарів, а також підвищення вимог споживачів до якості обслуговування для вітчизняних виробників є одним з найважливіших завдань, від ефективності вирішення якого залежить результат діяльності підприємства.

### Перелік посилань

1. Браун К. Практическое пособие по стимулированию сбыта / К. Браун. – М.: Консалтинговая группа «ИМИДЖ Контакт»; ИНФРА-М, 2003. – 382 с.
2. Абрютинна М.С. Экономический анализ торговой деятельности: учебное пособие / М.С. Абрютинна. – М.: Дело и сервис, 2000. – 507с.
3. Болт Г.Дж. Практическое руководство по управлению сбытом. Пер.с англ. / Науч.ред. и авт.предисловия Ф.А. Крутиков. – М.: Экономика, 1999. – 189 с.

УДК 681.518.54

**Пасько А. С., студент гр. Бс-МН-14-2**

**Науковий керівник: Тютченко С.М., ст.викл. кафедри менеджменту виробничої сфери (Державний ВНЗ "Національний гірничий університет", м. Дніпро, Україна)**

### СУЧАСНІ МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

Персонал підприємства є головною ланкою виробничого процесу. Якими б не були новітні технології, інноваційні ідеї, вони ніколи не будуть ефективними, приносити максимальну користь без високоефективної роботи, належної підготовки і кваліфікації людських ресурсів. Управління персоналом є достатньо складним процесом, адже люди наділені інтелектом, здатністю мислити. Вони постійно розвивають між собою взаємовідносини, які часто впливають на продуктивність праці, виробництво, внутрішній клімат підприємства.

Сьогодні основними проблемами, з якими стикаються при управлінні персоналом є підбір, формування кадрів з сучасним економічним мисленням, забезпечення ефективності праці робітників, збереження сприятливого клімату у колективі та багато інших.

Виявлено, що управління людськими ресурсами має відповідати методам розвитку підприємства, захищати права і обов'язки працівників, забезпечувати дотримання правил при формуванні, стабілізації і використанні людських ресурсів. Першим кроком до досягнення поставлених цілей є підбір персоналу. Існує декілька підходів до підбору кадрів на підприємстві. Кожна організація застосовує різні методи прийняття на роботу працівників.

Завдання керівника полягає в тому, щоб створити якомога сприятливіші відносини між підлеглим персоналом, знайти саме такі методи та підходи, які сприятимуть більш ефективній роботі. Персонал потрібно заохотити, створити такі умови, за яких у

кожного працівника буде бажання працювати плідно і з натхненням. При цьому досить важливу роль відіграє працездатність працівників, їх кваліфікованість. Використання таких форм заохочень як безкоштовні обіди, надання медичних послуг, організація відпочинку за рахунок підприємства (путівки) дозволять підвищити мотивацію працівників [1].

Багато керівників, рухаючись на шляху до максимального отримання прибутку, вирішення матеріальних і фінансових проблем, оновлення технічної бази, забувають про благоустрій своїх підлеглих, створюючи їм неможливі для праці умови. Це є надто ризиковим, оскільки може призвести до втрат. Насамперед, це втрати дорогоцінних, висококваліфікованих працівників.

Щоб запобігти таким небажаним втратам працівників, на підприємстві доцільно розробити заходи для одержання інформації щодо психологічного клімату в колективі, ступеня задоволеності кожного співробітника роботою, умовами праці, відпочинку, задоволеністю рівнем зарплати. Для цього найкраще підходять такі методи як опитування, анкетування, бесіди (групові та індивідуальні). Ці заходи особливо важливі для працівників технічного рівня [2].

Цінність таких заходів полягає в можливості виявлення співробітників з високим потенціалом, перспективами. Це є позитивним, оскільки сприяє кар'єрному росту, зацікавленості працюючих у підвищенні продуктивності праці. Застосування даних методів допомагає вирішити психологічні проблеми у колективі: не кожен може прямо виразити свою думку, а опосередковано це зробити легше. Отже, одним із факторів, що сприяє зменшенню проблем при управлінні персоналом є систематичний аналіз стану персоналу на підприємстві, його планів та проблем.

Встановлено, що провідний управлінський досвід свідчить про те, що стержнем, навколо якого формується колектив, є корпоративна культура. Вона допомагає дотримуватись встановлених правил і рахуватись з нормами трудової діяльності. Це сприяє формуванню «здорового» психологічного клімату у колективі. Згода між працівниками дозволяє впроваджувати управлінські рішення швидше і легше.

Сучасна система управління персоналом повинна бути спрямована на підвищення конкурентноспроможності підприємства, його довгострокового розвитку, виходу на максимальний рівень прибутку. На даний час більшість фахівців вважає, що формулою успіху є людські ресурси, тому їх цінність невідмінно зростає з кожним днем. Тому і система управління персоналом постійно змінюється, витісняючи стереотипи. Зараз більшість організацій використовує такий підхід до управління персоналом, за яким капіталовкладення проходить безпосередньо у самих працівників, у їх формування і розвиток. Вкладення у людські ресурси стають дедалі вигіднішими і сприяють виживанню фірми на ринку. Тому керівники пояснюють витрати, пов'язані з персоналом, не як даремні, а як інвестиції у людський капітал – основне джерело прибутку [3].

Підводячи підсумки, можна сказати, що управління людськими ресурсами – це ціленаправлена діяльність керівників, спеціалістів структурних підрозділів, менеджерів, яка включає в себе розробку принципів і теоретико-методологічних поглядів, моделей, стратегій управління. Планування, мотивація, розподіл і доцільне використання людських ресурсів є основою управління персоналом.

#### **Перелік посилань**

1.Беляцкий Н.П., Велесько С.Є. Управление персоналом.[Текст]: Навчальний посібник. – К.: Наук. думка,2012.-98-110 с.

2.Грязнова О.Г. Антикризовий менеджмент.[Текст]: Навчальний посібник. – К.: Наук. думка,2009.- 7-10 с.

3. Лазаренко Л. Особливості сучасного управління людськими ресурсами // Персонал. – Удосконалення системи управління персоналом на підприємстві [Електроний ресурс] / Інститут післядипломної освіти. – Сторінка : <http://bukvar.su> 2014.с.

УДК 658.589

**Почекайло В. О. гр. МЕРС-14-2/9, Плякун С.Г. гр БЕС-15, Чорний Ю. В. гр. МЕРС-15-2/9**

**Науковий керівник: Хмарук Ю. М., Мурашевська О. С., Ставрова Н. Я.**  
(Придніпровський державний металургійний коледж, м. Кам'янське, Україна)

### ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ ЗАМЕНЫ ЛАМП НАКАЛИВАНИЯ

Светодиодные осветительные устройства весьма выделяются среди приборов традиционной светотехники и, в то же время, имеют с ними общие черты. Очень важно хорошо понимать эти отличия и сходства для того, чтобы осуществить корректное сравнениеламп и верно подобрать осветительные устройства для различных областей использования.

Для большей наглядности ниже представлена таблица сравнения ламп:

Параметр	Тип осветительного устройства		
	Накаливания	Люминесцентная	Светодиодная
Величина светоотдачи	10-22 лм/Вт	40-70 лм/Вт	75-150 лм/Вт
Индекс цветопередачи	100	>60-85	>80-90
Термин службы	1 тыс. часов	(8-16) тыс. часов	(50-100) тыс. часов

Как видим, преимущество LED-ламп весьма убедительное. Однако и сегодня находятся скептики, которые говорят об их нерентабельности по причине дороговизны. Проверить данное утверждение на правильность можно при помощи сравнения экономичности обыкновенных «лампочек Ильича» и современныхLED-ламп.

На сегодняшний день лампа накаливания фирмы «Искра» с цоколем E27 мощностью 75 ватт (Вт) имеет стоимость 4,59 грн. Лэд-лампа мощностью 10-12 Вт способна обеспечить тот же уровень освещенности. При этом ее цена составит 69 грн. Если говорить о потребностях в электроэнергии для населения, то большинство потребителей за месяц используют от 150 до 800 киловатт-часов. Стоимость 1 киловатт-часа при таком объеме энергопотребления установлена Национальной комиссией регулирования электроэнергетики (НКРЭ) с 1.06.2014 на уровне 0,4194 грн.

Так, если принять, что в среднестатистической квартире имеется 10 лампочекнакаливания, которые горят по 6 часов в сутки, то месячное потребление электроэнергии составит:

$$10 \text{ штук} \times 5 \text{ часов} \times 30 \text{ дней} \times 75 \text{ Вт} = 135000 \text{ Вт} = 135 \text{ кВт.}$$

Стоимость потребленной электроэнергии по тарифу:  $135 \times 0,4194 \text{ грн.} = 56,62 \text{ грн.}$

В случае, если это же жилое помещение оборудовать светодиодными источниками света, то величина потребления существенно измениться:

$$10 \text{ штук} \times 6 \text{ часов} \times 30 \text{ дней} \times 12 \text{ Вт} = 21600 \text{ Вт} (21,6 \text{ кВт}).$$

Стоимость потребленной электроэнергии по тарифу:  $21,6 \times 0,4194 \text{ грн.} = 9,06 \text{ грн.}$

Таким образом, разница суммы оплаты за электроэнергию за месяц составит:

$$56,62 - 9,06 = 47,56 \text{ грн.}$$

Средняя стоимость 10 ламп накаливания равна 45,9 грн., в то время как такое же количество Led ламп обойдется в 690 грн. Разница в цене:  $690 - 45,9 = 644,1$  грн.

Разделив величину разницы в стоимости на сумму, которую удастся сэкономить в месяц при помощи диодных источников оптического излучения, получим срок, в течение которого можно будет «отбить» более высокую стоимость LED-ламп:  $644,1 / 47,56 = 13,54$  месяцев, то есть срок окупаемости светодиодных источников света составляет 1,13 года. Стоит заметить, что гарантия у магазина лампочки.com.ua составляет 24 месяца, так что покупатель гарантированно остается в выигрыше.

А после достижения срока окупаемости led лампы потребитель сможет экономить:

$$47,56 \text{ грн} \times 12 \text{ мес} = 570,72 \text{ грн. ежегодно.}$$

Проанализировав основные показатели различных источников света, можно сказать, что самые экономичные лампочки – это светодиодные. По критерию продолжительности эксплуатации они не имеют равных, а высокий уровень светоотдачи гарантирует минимальное потребление электроэнергии, что обеспечит весьма быструю окупаемость стоимости светодиодного осветительного приспособления.

На картинке продемонстрированы преимущества осветительных устройств типа LED перед их аналогами иного принципа работы.

#### Лампа накаливания 60 Вт Люминесцентная 14Вт LED 9 Вт

800 люмен света	800 люмен света	800 люмен света
Срок службы 1200 часов	Срок службы 10000 часов	Срок службы 50000 часов
10лет = 21 лампа	10лет = 3 лампы	10лет = 1 лампа
Стоимость лампы: 4 грн	Стоимость лампы: 30 грн	Стоимость лампы: 60 грн
$2200 \text{ ч/год} * 0,42 \text{ грн/кВт}$	$2200 \text{ ч/год} * 0,42 \text{ грн/кВт}$	$2200 \text{ ч/год} * 0,42 \text{ грн/кВт}$
$*0,060 \text{ кВт} = 55,4 \text{ грн/год}$	$*0,014 \text{ кВт} = 13 \text{ грн/год}$	$*0,009 \text{ кВт} = 8,3 \text{ грн/год}$

### Экономия

Заменив 10 ламп накаливания на 10 LED ламп, за 10 лет мы получаем выгоду:

## 5414 грн

Вне всякого сомнения, что в ближайшем будущем лидирующие позиции на рынке светотехнической аппаратуры займут именно светодиодные лампы. Таблица сравнения наглядно демонстрирует их преимущества перед конкурентами. А привлекательный внешний дизайн и простота подключения позволила их использовать для подсветки архитектурных зданий исторической ценности, концертных залов, дорог, тоннелей и различных достопримечательностей.

Традиционные устройства освещения постепенно отходят на второй план, становясь вчерашним днем. Полноценное светодиодное освещение ожидает человечество уже завтра.

### Перелік посилань

1. <https://test.org.ua/tests/electro/449>
2. <http://reporter.zt.ua/news/5647-koryst-i-shkoda-enerhozberihaiuchykh-lampochok>

УДК 658.7

**Пшенічнікова К.П., студентка гр. МН-13-3**  
**Науковий керівник: Варяниченко О.В., к.е.н., доцент кафедри**  
**менеджменту виробничої сфери**  
*(Державний ВНЗ «Національний гірничий університет», м. Дніпро, Україна)*

## **ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ЗАПАСАМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ**

В даний час використання концепції логістики в управлінні запасами розглядається підприємствами в якості одного з резервів по досягненню конкурентної переваги. Це пояснюється посиленням конкурентної боротьби, як між товаровиробниками, так і між посередниками, ускладненням технологій виробництва і розподілу продукції, появою великої кількості нових видів продукції та їх модифікацій, які призначені для різноманітних і специфічних вимог споживача. Відповідно збільшується кількість не лише готових виробів, але і матеріальних ресурсів, необхідних для їх виготовлення.

Процеси управління виробництвом товарів і їх розподілом надзвичайно ускладнюються по всьому логістичному ланцюзі, отже, ускладнюються процедури управління і контролю проходження матеріальних потоків по ланках логістичного ланцюжка. Це вимагає підвищення ефективності розподілу ресурсів усіх видів, у тому числі тих, що перебувають у формі товарно-матеріальних запасів.

Запаси — це матеріальні ресурси (засоби виробництва, предмети споживання, інші цінності), необхідні для забезпечення розширеного відтворення, обслуговування сфери нематеріального виробництва та задоволення потреб населення, що зберігаються на складах або в інших місцях з метою їх наступного використання.

Незважаючи на те, що утримання запасів пов'язане з певними витратами, підприємці змушені створювати їх. Основними причинами створення матеріальних запасів є [1]:

- 1) імовірність порушення встановленого графіка поставок (непередбачене зниження інтенсивності вхідного матеріального потоку) - у цьому випадку запас необхідний для того, щоб не зупинився виробничий процес, що особливо важливо для підприємств із безперервним циклом виробництва;
- 2) можливість коливання попиту (непередбачене збільшення інтенсивності вихідного потоку);
- 3) сезонні коливання виробництва деяких видів товарів, що в основному стосується продукції сільського господарства;
- 4) знижки за покупку великої партії товарів також можуть стати причиною створення запасів;
- 5) спекуляція - ціна на деякі товари може різко зрости, тому підприємство, яке зуміло передбачати це зростання, створює запас з метою одержання прибутку за рахунок підвищення ринкової ціни;
- 6) витрати, пов'язані з оформленням замовлення;
- 7) можливість рівномірного здійснення операцій з виробництва і розподілу;
- 8) можливість негайного обслуговування покупців;
- 9) зведення до мінімуму простоїв у виробництві через відсутність запасних частин;
- 10) спрощення процесу управління виробництвом.



Ефективне управління матеріальними запасами є важливим чинником підвищення ефективності функціонування підприємства. Але, на жаль, управління виробничими запасами ще не є істотним напрямком у стратегії розвитку в конкурентних умовах [2].

Однак, активізація наукових досліджень із проблем організації закупівель, взаємодії постачальників і споживачів на принципах логістики є закономірним етапом рішення важливих економічних завдань, висунутих ринковим середовищем.

Особливу актуальність проблеми оптимізації управління надходженням виробничих запасів здобувають на підприємствах металургійного комплексу. По-перше, тому що виробничий і технологічний процеси на цих підприємствах вимагають використання величезної кількості різноманітної сировини й матеріалів, а по-друге, дуже важлива стабільність і ритмічність їхніх поставок в умовах безперервного виробництва.

Важливість оптимізації процесів постачання запасів на металургійних підприємствах України обумовлена й величезним значенням металургійної галузі в економіці всієї країни.

Між тим, важливе значення має всебічний комплексний аналіз логістичного управління процесом постачання в специфічних умовах окремих галузей промисловості, і насамперед, у металургійних підприємствах, де роль оптимальних виробничих запасів надзвичайно велика.

Наявність оптимальних запасів на підприємстві, яку можна забезпечити шляхом організації управління й контролю за потоками матеріальних і фінансових ресурсів, за станом і рівнем запасів дозволяє підприємству безперебійно функціонувати. Політика управління запасами (inventory management policy) є частиною загальної політики управління оборотними активами підприємства, що складає оптимізацію загального розміру й структури запасів товарно-матеріальних цінностей, мінімізацію витрат по їхньому обслуговуванню й забезпеченні ефективного контролю за їхнім рухом [3].

Методологічна цінність логістичного підходу полягає, насамперед, у тім, що він містить і в розгорнутій формі виражає вимогу нового підходу до управління запасами. Дуже важливо підкреслити, що логістичний підхід сам по собі як такий не дає рішення проблеми безпосередньо, він є знаряддям нової постановки проблеми. У цьому полягає принципова методологічна сторона логістики. Тому методи й моделі теорії запасів, основним завданням яких є визначення найважливіших параметрів вхідного (вихідного) матеріального потоку системи, як і раніше залишаються затребуваними й входять у наукову основу логістичного менеджменту [4].

Ціль логістичної системи управління запасами — забезпечення безперебійного виробництва в потрібній кількості й у встановлений термін і досягнення на основі цього повної реалізації випуску при мінімальних видатках на утримання запасів, знаходження оптимального співвідношення між витратами й вигодами.

Таким чином, за рахунок впровадження логістичної концепції досягається підвищення ефективності управління матеріальними запасами та реалізується інтегрований підхід до управління запасами в логістичній системі.

### **Перелік посилань**

1. Азаренкова, Г.М. Фінансові потоки в системі економічних відносин. [Текст]: Монографія / Г.М. Азаренкова. – Х.: ВД "ІНЖЕК", 2006. – 328 с.

2. Власова, Н.О. Формування ефективної закупівельної політики підприємств роздрібно-торгівлі. [Текст]: Навч. посіб. / Н.О. Власова, Ю.В. Пономарьова. – Х.: 2003. – 144 с.

3. Джонсон, Д.С. Современная логистика. [Текст]: Пер. с англ. / Д.С. Джонсон, Д.Ф. Вуд, Д.Л. Вордлоу, П.Р. Мэрфи. – 7-е изд. – М.: Вильямс, 2002 - 624 с.

4. Линдере, Майкл Р. Управление снабжением и запасами. Логистика. [Текст]: Пер. с англ. / Д.Л. Вуд, Е. Фирон Харольд. – СПб.: ООО "Издательство Полигон", 1999. – 768 с.

УДК 665.658

**Самойленко В.С., студентка гр. МН – 13-4**

**Науковий керівник: Гришанина О.О., к.е.н., асистент кафедри менеджменту виробничої сфери**

*(Державний ВНЗ "Національний гірничий університет", м. Дніпро, Україна)*

## **УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ В КРИЗОВИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ**

Управління промисловим підприємством трансформується відповідно до змін, яких воно зазнає в умовах наростання в Україні економічної кризи. Умови господарювання, що визначаються мінливими факторами зовнішнього і внутрішнього середовища, вимагають нового підходу до формування системи управління.

Сильний вплив на діяльність вітчизняних підприємств справляють глобальна фінансово-економічна криза, політичний колапс, недосконалість законодавства та недостатній рівень державної регуляторної політики [1]. У таких умовах господарювання управління підприємствами має ґрунтуватися на врахуванні високого рівня впливу факторів зовнішнього середовища, а отже управління у певній мірі має носити антикризовий характер. Слабкість системи динамічної адаптації промислового підприємства до умов внутрішнього і зовнішнього середовища є основою можливого банкрутства. Система менеджменту у кризових ситуаціях передбачає [2]:

- постійний моніторинг зовнішньої та внутрішньої ситуацій;
- розроблення заходів зниження зовнішньої вразливості підприємства;
- підвищення внутрішньої гнучкості управління;
- розроблення випереджувальних планів щодо методів управління у кризовій ситуації;
- негайне впровадження запланованих практичних заходів у разі виникнення кризової ситуації.

При цьому управління повинне бути здатним запобігти або пом'якшити кризові ситуації у виробничо-господарській діяльності, а також утримувати функціонування підприємства в режимі виживання в період кризи і виходу з кризового стану з мінімальними втратами [3].

Управління на промисловому підприємстві відбувається за допомогою спеціального апарату, який відповідає за цільове використання ресурсів, здійснює контроль за виконанням виробничої програми та господарських операцій технологічного процесу підприємницької діяльності. Управління здійснюється у двох сферах: виробничо-технічній (роботи з організації, координації та регулювання виробничого процесу) та соціально-економічній (регулювання взаємовідносин між учасниками виробничого процесу в умовах поділу і кооперації праці, формування відносин між управлінцями та виконавцями).

Система управління промисловим підприємством в кризових умовах господарювання спрямована на створення і підтримку рівноваги процесів управління між встановленими цілями, потенційними можливостями та ймовірними перспективами розвитку підприємства.

Адаптування системи управління до мінливих зовнішніх умов повинно здійснюватися на підставі діагностики поточного стану підприємства, аналізу виробничого потенціалу і можливостей покращання ефективності функціонування підприємства, та передбачає розробку стратегічного плану антикризового управління підприємством.

На підставі аналізу теоретико-методичних підходів та практичного досвіду підготовки до можливих кризових явищ, а також розвитку підприємства без істотних негативних наслідків визначено пріоритетні антикризові заходи.

Насамперед, це скорочення витрат на підставі їх нормування і постійного контролю за виконанням встановлених нормативів, а також визначення та усунення непродуктивних витрат. Такий підхід принесе позитивні результати, дозволяючи утримати витрати підприємства на заданому рівні.

Наступним є розвиток горизонтальної та вертикальної інтеграції. Горизонтальна інтеграція передбачає пошук можливостей здійснення закупівель разом із іншим покупцем, що дозволить отримати знижки за рахунок підвищення обсягів закупівлі. Вертикальна інтеграція передбачає більш тісну роботу з основними постачальниками сировини й матеріалів, а також проведення моніторингу цін на сировину, основні та допоміжні матеріали, комплектуючі, виходу на ринок нових потенційних постачальників як альтернативу більш дорогим матеріалам.

Серед антикризових заходів слід виокремити **аналіз можливостей передачі на аутсорсинг занадто витратних процесів та оптимізацію технологічних процесів**. Виробничий аутсорсинг пов'язаний з передачею частини, а іноді і повного виробничого циклу на виконання сторонній організації. У цьому разі на аутсорсинг може бути передане як основне виробництво, так і другорядне, таке як виготовлення комплектуючих і допоміжних матеріалів. Аутсорсинг бізнес-процесів – це передача сторонньому виконавцю, як правило, тих процесів і послуг, які є не основними у підприємницькій діяльності. В кризових умовах господарювання така форма ведення бізнесу сприяє впровадженню інновацій і покращенню інтеграційних зв'язків як в межах країни, так і поза нею, без чого неможлива ефективна господарська діяльність промислових підприємств.

Найважливішим ресурсом, який формує конкурентні переваги суб'єкта господарювання в кризових умовах, є людські ресурси, тому важливого значення набуває формування антикризової кадрової політики. В умовах кризи роль персоналу зростає у декілька разів, бо майже всі антикризові перетворення нерозривно пов'язані з працівниками організації. Успішність управління визначається якістю корпоративної кадрової політики та її антикризовою спрямованістю.

Для підвищення адаптивності діяльності промислового підприємства до мінливих умов функціонування рекомендується застосувати більш високопродуктивні форми управління підприємством. Проведення організаційної реформи підприємства дозволить зберегти конкурентоспроможність у традиційних сегментах і створити організаційно-технічні та економічні умови для виходу на нові сегменти ринку, заняття перспективних ринкових ніш.

Кризові явища краще передбачити, ніж ліквідувати, бо ліквідувати їх майже неможливо. Тому успіх діяльності промислового підприємства залежить від завчасної підготовки антикризового управління до майбутніх загроз. Завчасна підготовка програми

антикризових заходів допоможе значно мінімізувати негативний вплив кризових явищ на промислове підприємство і дозволить йому бути успішним і конкурентоспроможним в умовах кризи. Завдяки узгодженим управлінським рішенням та активним антикризовим заходам підприємства зможуть скоротити та оптимізувати свої витрати, підвищити рівень мотивації персоналу і зменшити наслідки кризи для підприємства в цілому.

#### Перелік посилань

1. Мельник К.М. Вплив кризових явищ на управління підприємством / К.М. Мельник // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://economy.kpi.ua/files/files/64\\_kpi\\_2009.pdf](http://economy.kpi.ua/files/files/64_kpi_2009.pdf).

2. Мартыненко А. Готовь сани летом (действия в условиях кризиса) / А. Мартыненко // Антикризисный менеджмент. – 2007. – № 3. – С. 26–29.

3. Кулакова С.Ю. Особливості антикризового управління підприємством у сучасних умовах розвитку економіки / С. Ю. Кулакова, А. С. Мірошниченко // Ефективна економіка. – 2014. – № 10.

УДК 658.5

**Сидоренко Я.А., студент гр. Б-МН-13-1**

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

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

### ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ МІЖНАРОДНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

На сучасному етапі розвитку зовнішньоекономічних зв'язків України важливу роль у зміцненні конкурентоспроможності вітчизняної економіки, її інноваційному відновленні, утвердженні сприятливого інвестиційного й підприємницького клімату має відігравати політика державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД), інституційною основою якої виступають система нормативно-правових джерел і сукупність органів, що виконують функції зі створення, реалізації та контролю виконання нормативно-правових актів.

Особливої значущості розвиток правової основи державного регулювання ЗЕД набуває з огляду на основні напрямки зовнішньоекономічної і політичної стратегії України, які передбачають інтеграцію до ЄС та ЄСП, поступове отримання членства СОТ, а отже й лібералізацію відносин національних суб'єктів господарювання з їхніми іноземними контрагентами. Це обумовлюється, по-перше, необхідністю змін у принципах функціонування системи державного регулювання ЗЕД в Україні, а по-друге, вимогою узгодження вітчизняної законодавчої бази ЗЕД з відповідними нормами законодавств інших країн. До проблем, які можна визначити у зв'язку з цим, слід також віднести відсутність в країні належного нормативного підґрунтя для здійснення низки видів ЗЕД, зокрема в сфері руху капіталів, торгівлі об'єктами інтелектуальної власності та ін.

Правовим питанням регулювання ЗЕД в Україні присвячено досить багато досліджень. Так, основні інструменти державного регулювання ЗЕД детально проаналізовані О. Вишняковим, правові основи здійснення господарських операцій з

іноземними контрагентами та підстави відповідальності перед державою за порушення законодавства визначені такими вченими як Н. Георгіаді, А. Мазаракі. Аналіз літературних джерел показав, що більшістю авторів проблема правового забезпечення функціонування системи державного регулювання ЗЕД або не розглядається, або її аналіз носить поверховий характер, внаслідок чого питання про підстави діяльності, компетенцію, повноваження органів державного регулювання ЗЕД залишається не зовсім з'ясованим.

Виходячи на міжнародні ринки, кожному підприємству необхідно насамперед вибрати найбільш придатний вид зовнішньоекономічної діяльності.

Існують різноманітні класифікації видів зовнішньоекономічної діяльності, оскільки в різних випадках можуть використовуватися різноманітні критерії. Так, зовнішня торгівля може розглядатися з позицій напрямку ЗЕД (імпорт і експорт), а також із позицій предмета (товари, послуги) або ж регіональних особливостей (прикордонна торгівля) та засобу розрахунків (бартерні операції) та ін.

У число основних форм ЗЕД можна включити:

- міжнародну торгівлю;
- міжнародний лізинг;
- використання активів з-за кордону;
- контрактні форми ЗЕД;
- міжнародні інвестиції.

При проведенні міжнародного бізнесу компанії мають вибирати одну з різноманітних форм господарських операцій. Вибираючи, варто уважно розглянути власні цілі та оцінити ресурси, а також умови здійснення своєї діяльності.

Серед наведених форм зовнішньоекономічної діяльності історично першою та переважаючою є зовнішньоекономічна торгівля, тобто міжнародний обмін продуктами і послугами - результатами національної праці.

Отже, залежно від предмета і характеру здійснення зовнішньоторговельних операцій існують різноманітні форми торгівлі.

1. Торгівля готовою продукцією, тобто призначеною та придатною для безпосереднього кінцевого споживання. Вона здійснюється або за світовими, або за договірними цінами безпосередньо виробником чи через різних посередників.

2. Торгівля продукцією в розібраному вигляді, її імпорт, як правило, оподатковується митом за зниженими тарифами, що дозволяє «обходити» високі митні ставки на ввезення готової продукції.

3. Зустрічні поставки експортно-імпорتنі операції, при яких експортери зобов'язуються придбати в імпортерів товари на частину або повну вартість експортованої продукції, їхні найважливіші різновиди:

- бартерні операції передбачають безвалютний, збалансований, заснований на вартісній оцінці обмін товарами за договірними або світовими цінами, їх причиною є відсутність у партнерів конвертованої валюти;

- викуп застарілої продукції при збуті більш сучасних моделей і модифікацій. При цьому в ціну нової продукції зараховується залишкова вартість виробів, що повертаються;

- операції з давальницькою сировиною передбачають переробку закордонної сировини чи відходів із наступними розрахунками продуктами їхньої переробки. Вони виправдані тоді, коли є величезні запаси сировини, відходів, а потужності для їх переробки відсутні або недостатні.

4. Постачання комплектного устаткування. Поставляються технологічні комплекси

з повним комплектом послуг з їхнього проектування, спорудження, налагодження, підготовки до експлуатації в місцевих умовах.

5. Торгівля ліцензіями. Мова йде про надання на певних умовах якомусь суб'єкту прав на використання винаходів, «ноу-хау» тощо протягом визначеного терміну за відповідну винагороду. Якщо технічні нововведення не захищені патентом, то мова йде про безпатентну ліцензію. Найбільш поширеними стали ліцензійні угоди, що передбачають комплексний міжнародний технологічний обмін з наданням «ноу-хау», інших послуг.

6. Подорожі, туризм і транспорт. Надходження від транспортування товарів і туризму можуть стати важливим джерелом прибутку для міжнародних агентств повітряних сполучень, компаній морських перевезень, агентств з попереднього бронювання квитків і місць, а також готелів.

### **Перелік посилань**

1. Вишняков А.К. Регулирование внешнеэкономической деятельности в Украине / А.К. Вишняков. — Харьков : ООО «Одиссей», 2005. — 256 с.

2. Георгіаді Н. Регулювання зовнішньоекономічної діяльності / Н. Георгіаді, С. Князь. — Львів : Видавництво НУ «Львівська політехніка», 2004. — 196 с.  
УДК 658.5: 338.1

**Сікора Д.М., студент гр. М-АМ-15-1**

**Науковий керівник: Пілова Д.П., к.е.н., доцент кафедри прикладної економіки**  
*(Державний ВНЗ «Національний гірничий університет», м. Дніпро, Україна)*

## **ЩОДО ОБҐРУНТУВАННЯ ПІДХОДІВ ДО МОРАЛЬНОГО СТИМУЛЮВАННЯ ПЕРСОНАЛУ БАНКУ**

В умовах, що склалися в Україні на нинішньому етапі її розвитку, проблема мотивації та стимулювання особистості має важливе значення, оскільки вирішення задач, які стоять перед суспільством, можливе лише за умови створення належної мотиваційної основи, здатної спонукати персонал підприємств до ефективної діяльності. Мова йде про застосування таких форм і методів стимулювання особистості, які б сприяли високій результативності її роботи.

Основною передумовою успішного функціонування сучасних банків є розвиток людських ресурсів. Як засвідчує практика діяльності вітчизняної банківської системи, більша частина банківських проблем концентрується у сфері менеджменту персоналу. Традиційно керівництво вітчизняних банків акцентує управлінську увагу на фінансових, матеріальних та інформаційних ресурсах. І лише людським ресурсам відводиться увага за залишковим принципом.

Вивчення зарубіжного та вітчизняного досвіду діяльності банків свідчить про наявність вагомих проблем у досягненні ефективної трудової мотивації персоналу. Уся діяльність сучасної людини обумовлена її реально існуючими потребами. Мотивованою діяльністю вважається вільна діяльність людини, що обумовлена внутрішніми потребами, спрямована на досягнення своїх цілей, реалізацію своїх інтересів [1].

Слід зазначити, що до структури мотиву праці входять: потреби, які хоче задовольнити працівник; цінності, що здатні задовольнити цю потребу; трудова діяльність,

необхідна для одержання блага; витрати матеріального й морального характеру, пов'язані з трудовою діяльністю.

У більшості сучасних банків у процесі вибору мотиваційної стратегії застосовують такі підходи:

- стимул і покарання, згідно з якими люди працюють за конкретну винагороду;
- мотивування через саму роботу – надання людині такої роботи, що приносить їй задоволення;
- систематичний зв'язок з керівником – спільне визначення цілей та завдань роботи, забезпечення прямих та зворотних зв'язків між керівником та його підлеглим.

Головна перешкода ефективної мотивації праці банківського персоналу полягає в тому, що стратегічна програма роботи з персоналом формується без достатнього аналізу співвідношення між зовнішніми чинниками мотиваційного механізму та чинниками внутрішнього вільного вибору трудової поведінки працівника банку залежно від ціннісних орієнтацій людини, її інтересів [2].

Вибір мотиваційної стратегії сучасного банку ґрунтується на аналізі реальної ситуації і бажаному стилі взаємодії керівників з підлеглими. При цьому управління мотивацією здійснюється з використанням таких методів:

- використання грошей як інструменту винагороди і стимулювання;
- накладення стягнень;
- розвиток почуття причетності до спільної справи;
- мотивування через саму роботу;
- винагорода і визнання досягнень;
- участь у керівництві;
- заохочення й винагорода групової роботи;
- розвиток працівників тощо.

Механізм регулювання мотивації праці повинен ефективно поєднувати стратегічні інтереси банку з інтересами персоналу, стиль керівництва банком із системою дійової трудової мотивації.

Залежно від рівня врахування потреб персоналу в банках розрізняють чотири «граничних» варіанти стилю керівництва банком:

- «збіднене керівництво» - низький рівень врахування інтересів як банку, так і працюючих у ньому людей;
- «влада-підкорення» – рівень урахування інтересів банку є високим, а інтересів працівників – низьким;
- «будинок відпочинку» – рівень урахування інтересів банку є низьким, а інтересів працівників – високим;
- «колегіальне управління» – ступінь урахування інтересів як банку, так і людей, що там працюють є високим.

Розробленням мотиваційної стратегії банку традиційно займаються спеціальні відділи (сектори) по роботі з персоналом.

Кожна банківська установа має притаманну виключно їй специфічну систему мотиваторів. До основних (традиційних) показників трудової мотивації праці в банках належать:

- умови праці;
- зміст праці;
- оплата праці;
- преміювання;

- посадові надбавки;
- компенсація за перевантаження;
- надання кредитів працівникам на пільгових умовах;
- часткова оплата витрат на оздоровлення та лікування персоналу;
- результативність праці банківських службовців.

У сучасних вітчизняних банках широко використовують і нетрадиційні регулятори мотивації праці, так званий «соціальний пакет»:

- квартальні бонуси за якісне виконання професійних зобов'язань;
- індивідуальні надбавки;
- оплачування обідів;
- безкоштовне користування автомобілем;
- надання проїзних документів;
- матеріальна допомога;
- безоплатне користування мобільними телефонами тощо.

Таким чином, система трудової мотивації персоналу є однією з важливих передумов досягнення результативної діяльності банку, через яку здійснюється реалізація загальної стратегії управління банківського персоналу. Процес стимулювання трудової діяльності в сучасних банках складається із зовнішнього та внутрішнього блоку, дія яких може бути як позитивною, так і негативною. Правильний вибір та поєднання стимулів може значно підвищити ефективність діяльності як усього банку, так і окремих його працівників.

### **Перелік посилань**

1. Сушко Н.М. Менеджмент персоналу в банках: Навч. пос. – К.: Центр учбової літератури, 2008. –146 с.

2. Виноградський М.Д. Менеджмент в організації: Навч. посіб. / М.Д. Виноградський, А.М. Виноградська, О.М. Шкапова. - 3-тє вид., виправлене. - К.: Кондор, 2004. - 224 с.

УДК 658

**Сімон К.Д., студентка гр. МН-13-1**

**Науковий керівник: Загорудько В.Л., доцент кафедри менеджменту виробничої сфери**

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

### **ФОРМУВАННЯ АСОРТИМЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА**

На даному етапі українська економіка переживає стрибкоподібні, революційні зміни, які обумовлюють руйнівний вплив на стан підприємства і економіки взагалі. Реформування української економіки викликало перехід підприємств від діяльності в стабільному, регламентованому зверху середовищі до функціонування в умовах підвищеної нестабільності факторів внутрішнього та зовнішнього середовища та їх невизначеності в часі. Керівництво підприємств змушене самостійно приймати довгострокові стратегічні рішення. Зовнішнє середовище зазнає природної еволюції, за якої посилюється нестабільність економічного розвитку: оновлення продукції, зміни



попиту, ділової активності, посилення чи послаблення позицій конкурентів тощо. Тому на кожному етапі планування та реалізації стратегії підприємства повинна мати місце відповідна політика (певні методи, способи та засоби реалізації), адекватна рівню нестабільності.

На даному етапі розвитку вітчизняної економіки все більшого значення у свідомості споживачів здобуває наявний асортимент продукції, що випускається на відповідному підприємстві, і якість продукції. Тому одним із найголовніших напрямків діяльності кожного підприємства є асортиментна політика. Особливу значимість цей напрямок здобув в умовах ринкової економіки, коли до товару з боку споживача пред'являються підвищені вимоги по якості й асортименту, а від ефективності роботи підприємства з виробленим товаром залежать всі економічні показники організації й ринкова частка.

Як свідчить світовий досвід, лідерство в конкурентній боротьбі одержує той, хто найбільш компетентний в асортиментній політиці, володіє методами її реалізації й може максимально ефективно нею управляти. Тому управління товарним асортиментом припускає координацію науково-технічної та виробничо-збутової діяльності.

Асортиментна політика – система заходів, з визначення переліку товарних груп, які мають найбільшу перевагу для успішної діяльності на ринку і які забезпечують економічну ефективність діяльності підприємства в цілому [1].

При визначенні оптимальної асортиментної політики й товарної номенклатури виходять із двох принципів: синергізму та стратегічної гнучкості. Принцип синергізму означає, що номенклатура товарів, що випускається, повинна бути внутрішньо зв'язана й окремі товари й види послуг повинні доповнювати один одного. Цей принцип забезпечує широку економію на масштабах діяльності підприємства за рахунок взаємної підтримки різних товарних груп або сфер господарської діяльності. Однак у випадку кон'юнктурних коливань така система побудови асортиментної політики відрізняється великою уразливістю. Принцип стратегічної гнучкості ґрунтується на конгломератній побудові стратегічних зон господарювання й товарної номенклатури, які залежать від різних технологій, урівноважують ризикові й стійкі товарні групи й т.д., таким чином, що несподівані події в одній сфері не можуть руйнівне позначитися на розвитку іншої сфери й на загальних результатах сукупної діяльності підприємства [2].

Виділимо основні цілі асортиментної політики: збільшення обсягів реалізації за рахунок оптимізації структури асортименту; вихід на нові ринки; підвищення економічної стійкості підприємства шляхом формування раціональної асортиментної політики; зниження витрат, пов'язаних із структурою асортименту; досягнення конкурентної переваги за рахунок більш привабливого асортименту; збільшення оборотності товарних запасів; оптимальне завантаження виробничих потужностей [3].

Формуванню асортименту передують розробка асортиментної концепції. Це побудова оптимальної асортиментної структури, товарної пропозиції, при цьому за основу приймаються споживчі вимоги певних груп й необхідність забезпечити найбільш ефективне використання підприємством сировинних, технологічних, фінансових й інших ресурсів. Мета асортиментної концепції полягає в тому, щоб спрямувати підприємство на випуск товарів, які найбільше відповідають структурі та різноманітності попиту конкретних покупців.

Сутність планування, формування й управління асортиментом полягає в тому, щоб виробник вчасно пропонував певну сукупність товарів, які б, відповідаючи профілю його виробничої діяльності, найбільше повно задовольняли вимоги певних категорій покупців. Добре продумана асортиментна політика слугує керівництву підприємства свого роду вказівником загальної спрямованості дій, дає змогу контролювати ситуації, які виникають

в ході торговельної діяльності. За умови підвищення конкуренції серед учасників ринку, асортиментна політика підприємства відіграє роль каталізатора розвитку організації та підвищення кількості задоволених споживачів.

Методики управління товарним асортиментом засновані на дослідженні ринкового сприйняття продукції й на оцінці продукції з погляду економічної ефективності підприємства. Крім того, для проведення повноцінного аналізу асортименту можна застосовувати декілька видів аналізу, в результаті чого буде отриманий найбільш оптимальний та точний результат.

Серед методів формування асортименту найбільш популярним є метод АВС-аналіз, оскільки він є оперативним для виявлення першочергових проблем, які необхідно вирішити, шляхом визначення їхньої пріоритетності. Враховуючи можливість отримання результатів внаслідок застосування двох методик, варто комбінувати АВС та XYZ-аналіз для підвищення ефективності системи управління товарним асортиментом та клієнтською базою підприємства, підвищення частки високоприбуткових товарів без порушення принципів асортиментної політики, виявити ключові товари та причини, які впливають на кількість товарів, котрі зберігаються на складах.

Таким чином, концепція управління асортиментною політикою підприємства передбачає комплекс дій: аналіз ринку і брендів, комунікації, розподіл, юридичні відносини, відносини з конкурентами, пакування та транспортування, постачання товарів, продаж та післяпродажне обслуговування.

Як показує досвід, у багатьох випадках причини невдач українських виробничих підприємств полягають саме у прорахунках, допущених при формуванні асортиментної політики. Щоб планування асортименту було ефективним, кожному підприємству необхідно виробити чітку схему організації цього процесу.

#### Перелік посилань

1. Одинцова, Е.В. Формирование асортиментной политики. [Електроний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.marketing.spb.ru/lib>
2. Павленко, А.Ф. Товарна асортиментна політика [Текст]: Підручник / А.Ф. Павленко, А.В. Вовчак. - К.: КНЕУ, 2011. - 475 с.
3. Котлер, Ф. Основы маркетинга. [Текст]: Пер. с англ. / Ф. Котлер. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2005 г. – 656 с.

УДК 658.5: 338.1

**Степаненко А.Ю., студент гр. М-АМ-15-1**

**Науковий керівник: Пілова Д.П., к.е.н., доцент кафедри прикладної економіки**  
(Державний ВНЗ «Національний гірничий університет», м. Дніпро, Україна)

#### ДЕЯКІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ МАЛОГО БІЗНЕСУ

Малі підприємства представляють собою цілком самостійну та найбільш типову форму організації економічного життя суспільства в умовах розвинутого ринкового господарства. Вони мають свої специфічні особливості переваг та недоліків, притаманні тільки їх внутрішнім закономірностям розвитку. Функціонування, головним чином, на конкретному локальному ринку, швидке реагування на зміну кон'юнктури цього ринку, вузька спеціалізація на певному сегменті ринку товарів і послуг, безпосередній зв'язок з

споживачем, потреба у відносно невеликому стартовому капіталі – ці характеристики малого підприємства є його сильними сторонами, що підвищують стійкість та їх утримання як структурного елементу економіки, але за певних умов такі характеристики набувають негативну значимість, гальмують розвиток конкретного підприємства, ставлять під загрозу його існування.

Дані Державної служби статистики України свідчать про те, що в останні роки на невеликі компанії працює від 75% до 78% працевлаштованих українців [3-4](рис. 1).

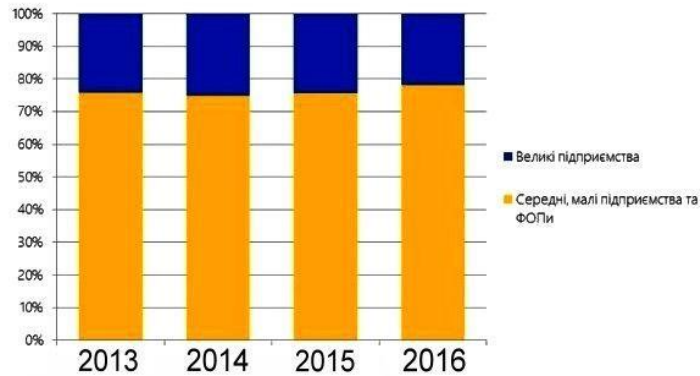


Рисунок 1 – Частка працівників в підприємствах малого бізнесу

Невеликі компанії більш рентабельні, ніж великі підприємства. За останніми даними служби статистики, за останні п'ять років малі та середні компанії весь час лідирують за обсягом реалізації продукції. [5] При цьому відставання «гігантів» вимірюється як мінімум кількома десятками мільярдів євро. (рис. 2)

До початку 2013 року в Україні було зареєстровано 1,6 млн. суб'єктів господарювання: 365 тис. Підприємств і 1,235 млн. фізосіб-підприємців. За рік кількість підприємств збільшилася ще на 50,26 тис. Більша частка (94,3%) підприємств відноситься до малих [6-8].

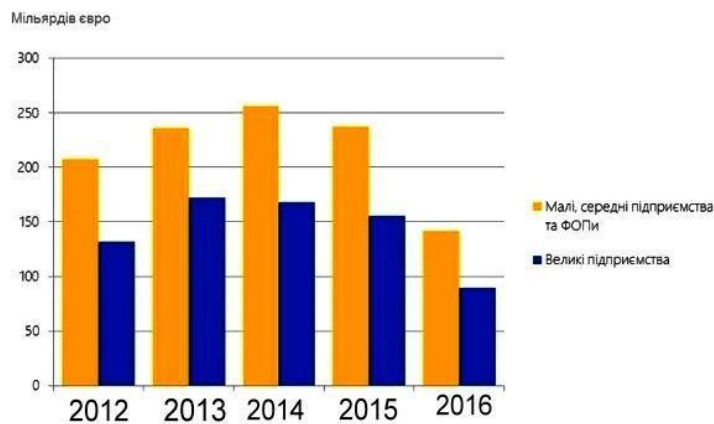


Рисунок 2 – Обсяг реалізації продукції за розмірами компаній

В цілому, не дивлячись на досить високі кількісні показники малих і середніх підприємств в Україні, вони виробляють, за різними оцінками, від 7% до 15% ВВП. Згідно з даними Федерації роботодавців України, 85% української економіки створюється приблизно трьома сотнями великих підприємств, і лише 15% ВВП генерується малим і середнім бізнесом. У той же час, в Австрії цей показник сягає 45% ВВП, а в Німеччині – 60% [9].

Найбільше число підприємств малого бізнесу задіяне в секторі надання послуг –44%. Сферою діяльності кожного четвертого підприємства є торгівля, 21% займається промисловістю і будівництвом. В аграрному бізнесі задіяне 10%. (рис. 3)



Рисунок 3 – Діяльність підприємств малого бізнесу

Становлення ринкових відносин в Україні поставило ряд важливих завдань, однією з яких є управління малим бізнесом. Рішення цих проблем неможливо на базі старих уявлень, підходів і методів управління. Однак здійснення перетворень в формах і методах управління, спрямованих на стимулювання підприємливості і розвиток ринкових відносин підприємств з різними формами власності, часто недостатньо ефективні і не досягають поставлених цілей. Розвиток можливий за рахунок постійного оновлення систем управління на малих підприємствах, впровадження управлінських новацій, що дозволяють врахувати історичний досвід розвитку управління як галузі професійної діяльності і з технологічної точки зору наблизитися до сучасного рівня країн з розвинутою ринковою економікою.

### Перелік посилань

1. Закон про мале підприємство [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua/laws/show/00144-53>.
2. Розвиток підприємництва в Україні та підтримка малого і середнього бізнесу [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1090-19>
3. Кількість зайнятих працівників на підприємствах за їх розмірами за видами економічної діяльності у 2015 році [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
4. Кількість найманих працівників суб'єктів господарювання за видами економічної діяльності у 2015 році [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
5. Показники структурної статистики по суб'єктах господарювання з розподілом за їх розмірами [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua> Економіка України [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://www.ukr.net/news/jekonomika.html>.
6. Кількість підприємств за їх розмірами за видами економічної діяльності у 2015 році [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
7. Кількість підприємств України [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://finance.liga.net/bis/2016/1/12/articles/974568.html>.
8. Аналітика бізнесу 2016 [Електронний ресурс]. - Режим доступу: [http://business.vesti-ukr.com/ukr\\_analitics2016\\_1553](http://business.vesti-ukr.com/ukr_analitics2016_1553).
9. Современный маркетинг [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://saas.ru/articles/~email-markietingh-kak-instrument-prodvizhienia-bizniesa~3988>.

**Темоніна С.В.** студентка гр. Бс-Мн-14-2

**Науковий керівник: Тютченко С.М., ст. викладач**

*(Державний ВНЗ "Національний гірничий університет", м. Дніпро, Україна)*

## **УПРАВЛІННЯ АСОРТИМЕНТОМ ПРОДУКЦІЇ**

Поняття «управління асортиментом» не вирізняють як окрему задачу, а включають її до загальної економічної категорії – товарної політики. Проте політика управління асортиментом – одна з найважливіших складових конкурентної стратегії будь якого підприємства, тому цій темі потрібно приділяти набагато більше уваги, ніж це робить більшість керівників підприємств.

Асортимент реалізованої продукції відіграє значну роль в ефективності функціонування будь якого підприємства. Відповідність номенклатури, асортименту і якості продукції запитам споживачів є важливими факторами, які визначають рівень та рентабельність продаж. Лідерство в конкурентній боротьбі одержує той, хто найбільш компетентний в асортиментній політиці, володіє методами її реалізації та може максимально ефективно нею управляти.

Товарну пропозицію фірми за Ф. Котлером можна представити товарною номенклатурою, товарним асортиментом, окремими номенклатурними позиціями, продавцем. Товарна номенклатура за визначенням Ф. Котлера – це «сукупність усіх асортиментних груп товарів і товарних одиниць, пропонованих покупцям конкретним продавцем». А товарний асортимент, на його думку, є «групою товарів, тісно зв'язаних між собою, або схожістю у їх функціонуванні, або в схожості того, що їх продають тим самим групам клієнтів, або через ті самі типи торговельних закладів, або в рамках того самого діапазону цін» [1].

Ф. Котлер товарний асортимент характеризує з погляду його широти, насиченості, глибини, гармонійності й порівнянності, розуміючи: під широтою товарного асортименту загальну чисельність асортиментних груп товарів, що випускаються фірмою; під глибиною товарної номенклатури – варіанти пропозицій кожного окремого товару в рамках асортиментної групи; під насиченістю товарної номенклатури – загальне число складових її окремих товарів; під гармонійністю – варіанти пропозицій кожного окремого товару в рамках асортиментної групи; під порівнянністю – ступінь близькості між товарами різних асортиментних груп з погляду їх кінцевого користування, вимог до організації виробництва, каналів розподілу або якихось інших показників.

Підбір, планування та регулювання асортименту товарів базується на таких принципах [2]:

1. Відповідності структури попиту споживачів району діяльності підприємства.
2. Комплексності задоволення попиту споживачів у межах вибраної ніші сегмента споживчого ринку.
3. Забезпечення потрібної широти, глибини та сталості асортименту.
4. Забезпечення умов для отримання цільового розміру прибутку.

Ефективне управління асортиментом – одне з найбільш складних завдань, які сьогодні стоять як перед торговими, так і перед виробничими підприємствами. Рішення про збільшення, скорочення асортименту повинно базуватися на цілому комплексі фінансових, маркетингових і стратегічних підходів.

Процес оптимізації структури асортименту слід починати з визначення цілей підприємства. Такими цілями можуть бути як введення нових товарів, так і скорочення існуючого асортименту. Оптимальна структура асортименту повинна забезпечувати

достатню рентабельність та стабільність функціонування в цілому. Потрібно пам'ятати, що розширення асортименту потребує значних фінансових витрат, та результат від впровадженого має місце тільки в майбутньому [3].

Захоплені гонкою за поліпшенням фінансових показників господарських процесів, більшість керівників підприємств не усвідомлюють необхідності розробки асортиментної стратегії. Вони постійно перебувають перед спокусою досягнення, насамперед, видимих, «помітних» поліпшень і вдосконалень. Наприклад, розширювати товарний асортимент, копіювати популярні на даний момент послуги конкурентів, поглинати інші виробництва, долаючи тим самим, обмеження зростання, але одночасно спотворюючи унікальну стратегію, і, в остаточному підсумку, підриваючи конкурентоспроможне положення своєї фірми на ринку. Із цього приводу М. Портер зазначає, що фірма нерідко виявляється здатною до більш швидкого зростання й високої прибутковості «... кращим чином освоюючи потреби й різноманітність там, де вона має специфічність, а не веде важкий бій за потенційно прибуткові сфери, у яких вона не досить специфічна»[3].

Оптимальний товарний асортимент є індивідуальним для кожного окремого підприємства і залежить від ринків збуту, попиту, виробничих, фінансових та інших ресурсів. Для досягнення стійких переваг підприємства на ринку, товарний асортимент повинен складатися з товарів, які влаштовують як виробника, так і споживача, тобто мають попит і успішно реалізуються на ринку. Процес визначення номенклатури й асортименту товарів, що випускаються є невід'ємною складовою частиною асортиментної політики підприємства.

#### Перелік посилань

1. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент [Текст] : пер. з англ. — СПб. : Питер Ком, 1999. — 896 с.
2. **Економіка торгівлі:** Підручник. — 2-ге вид., випр. і доп. Затверджено МОН / Марцин В.С. — К., 2012. — 603 с.
3. Портер М. Конкурентная стратегия: методика анализа отраслей и конкурентов / М. Портер; [пер. с англ.]. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. – 454 с.

УДК 658.5: 338.1

**Терещенко К.В., студент гр. М-АМ-15-2**

**Науковий керівник: Пілова Д.П., к.е.н., доцент кафедри прикладної економіки**  
(Державний ВНЗ «Національний гірничий університет», м. Дніпро, Україна)

#### АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ЕНЕРГОЗБЕРЕЖЕННЯМ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

Ефективний розвиток держави неможливий без збалансованого і ощадливого споживання енергетичних ресурсів. Це обумовлено вичерпанням невідновлювальних природних ресурсів, ризиками транспортування, відсутністю реальних альтернатив їх заміни. Скорочення природних запасів нафти і газу, постійне зростання їх у ціні призводить до порушення надійності функціонування промисловості, транспорту та інших галузей світового господарства. Одночасно поглиблюється проблема погіршення екологічної ситуації, що пов'язано зі збільшенням вмісту парникових газів.

Зважаючи на сучасні загрози в енергетичній сфері, основними напрямами реформування промисловості України мають стати системні структурні зрушення одночасно у всіх сферах енергетичної політики: енергозбереження, диверсифікація та оптимізація енергопостачання, збільшення в енергетичному балансі частки альтернативних джерел енергії [1-3]. Висока енергомісткість валового внутрішнього продукту України, що майже у три рази перевищує середній рівень енергоємності країн світу, є наслідком суттєвого відставання галузей економіки від світових стандартів енергоспоживання.

Розвиток виробництва вимагатиме все більшої кількості енергетичних ресурсів, що робить питання енергозбереження і енергоефективності надзвичайно актуальними. Прогнозоване споживання електричної енергії у 2030-му році за базовим сценарієм розвитку у відповідності до «Енергетичної стратегії України до 2030 року» зросте до 391,5 млрд кВт·год, споживання вугілля зросте до 130,3 млн тонн, споживання нафти зросте до 23,8 млн тонн, а споживання природного газу зменшиться до 49,5 млрд м<sup>3</sup> [4].

Під комплексним енергозбереженням слід розуміти всебічне охоплення економічно обґрунтованих технічно досяжних заходів енергозбереження, підвищення енергоефективності, що містять у собі витратні, маловитратні і організаційні заходи та направлені на максимальне використання потенціалу енергозбереження. Обов'язковим є у впровадженні комплексного енергозбереження використання альтернативних джерел енергії, диверсифікація та оптимізація енергопостачання, використання сучасних досягнень науки і техніки з метою зменшення екологічного навантаження на довкілля, що приведе до економічного зростання підприємства.

Для визначення потенціалу енергозбереження та впливу політики енергозбереження на розвиток промислового підприємства першочерговим заходом є формування схеми енергоспоживання підприємства та визначення напрямків формування потенціалу енергозбереження.

Особливу увагу необхідно надати заходам з енергозбереження, що передбачають використання потенціалу енергозбереження, енергетичного потенціалу підприємства завдяки впровадженню маловитратних та організаційних рішень [5].

Метою створення організаційно-економічного механізму енергозбереження промислових підприємств є максимізація прибутку підприємства та збільшення його операційної і фінансової стійкості завдяки економічно обґрунтованому вилученню та раціональному використанню потенціалу енергозбереження на всіх організаційних рівнях підприємства.

Організаційно-економічний механізм енергозбереження промислових підприємств – це сукупність економічних, організаційних, мотиваційних методів і способів, що направлені на економічно обґрунтоване виявлення та максимальне використання потенціалу енергозбереження з метою мінімізації питомих витрат на виробництво продукції та зменшення екологічного навантаження на навколишнє середовище.

Основні завдання організаційно-економічного механізму енергозбереження:

- формування технічних, організаційних, економічних, виробничих обмежень щодо нераціонального використання енергетичних ресурсів на всіх структурних рівнях підприємства;

- стимулювання та мотивування працівників підприємства до підвищення енергоефективності роботи та пропонування менеджменту підприємства шляхів щодо збереження енергії і природних ресурсів;

- обґрунтування сукупності економічно обґрунтованих заходів з енергозбереження;

– формування системи моніторингу стану впровадження енергозберігаючих заходів.

Головними напрямками формування організаційно-економічного механізму енергозбереження промислових підприємств є:

- економічне і енергетичне обстеження підприємства;
- визначення потенціалу енергозбереження та енергетичного потенціалу;
- формування сукупності заходів з енергозбереження;
- техніко-економічне порівняння заходів з енергозбереження;
- реалізація пріоритетної сукупності заходів енергозбереження;
- моніторинг стану енергоспоживання.

Організаційно-економічний механізм передбачає:

- формування служби енергоменеджменту;
- аналіз динаміки стану енергоспоживання;
- визначення потенціалу енергозбереження підприємства;
- контроль за дотриманням заходів з енергозбереження.

Основні напрямки реалізації організаційного механізму енергозбереження:

– усунення витоків теплової енергії, води, повітря, диверсифікація та оптимізація джерел енергії;

– використання потенціалу відновлювальних джерел енергії та альтернативних джерел;

– заміна неефективного обладнання у випадку неможливості його модернізації, використання маловитратних заходів енергозбереження.

З метою забезпечення ефективності проведення політики енергозбереження на промисловому підприємстві потрібно акцентувати увагу на необхідності комплексного підходу до вибору і оцінки ефективності впровадження організаційно-економічного механізму в цілому і окремих заходів з енергозбереження зокрема. Окрім покращення фінансового стану, внаслідок впровадження системи енергозбереження, відбувається поліпшення екологічної ситуації, покращення умов праці працівників, зменшення соціальної напруженості на підприємстві, підвищення продуктивності праці тощо.

#### **Перелік посилань**

1. Про енергозбереження: Закон України від 01.07.1994 №74/94ВР, редакція від 01.01.2013 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/74/94-%D0%B2%D1%80>.

2. Про альтернативні види палива: Закон України від 14.01.2000 [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/mai№.cgi?nreg=1391-14>

3. Про альтернативні джерела енергії: Закон України від 20.02.2003 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=555-15>.

4. Асасуленко О.Г. Україна у цифрах 2012. Статистичний збірник / За ред. О.Г. Асасуленка – К., Державна служба статистики України, 2013. – 249 с.

5. Джеджула В.В. Використання вторинних енергетичних ресурсів як напрямок підвищення енергоефективності машинобудівних підприємств / В. В. Джеджула//Інноваційна економіка.– 20 с.



УДК 338.24

**Турбар К.В., студентка гр. МО-16м****Науковий керівник: Гришанина О.О., к.е.н., асистент кафедри менеджменту виробничої сфери***(Державний ВНЗ "Національний гірничий університет", м. Дніпро, Україна)*

## **ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНОЇ СТРАТЕГІЇ ВУГЛЕДОБУВНОГО ПІДПРИЄМСТВА**

Конкурентна стратегія посідає важливе місце в стратегічній діяльності підприємства, оскільки вона забезпечує його стратегічну конкурентоспроможність використовуючи конкурентні переваги підприємства. Конкурентна стратегія є однією з складових стратегії розвитку підприємства, тому питання її формування з врахуванням особливостей сфери діяльності підприємства в умовах мінливого зовнішнього середовища потребує дослідження.

За визначенням Ю.Б. Іванова, «конкурентна стратегія – це ретельно розроблена програма заходів, які мають бути реалізовані організацією, з метою досягнення вигідної конкурентної позиції на ринку та адаптації підприємства до змін у внутрішньому та зовнішньому середовищі» [1]. Конкурентна стратегія, як різновид стратегії організації, дає відповідь на одне з найважливіших запитань: «Як організація конкурує на цільовому ринку, за рахунок чого витримує конкурентний тиск і отримує перемогу в конкурентній боротьбі?» [2]. Конкурентні переваги - це ті унікальні відчутні і невідчутні активи, якими володіє фірма; ті галузі діяльності, які стратегічно важливі для даного бізнесу, які допомагають перемагати у конкурентній боротьбі, і існують тоді, коли можливо одержати рентабельність вищу середньої для фірм даної галузі або сегменту ринку [3].

В сучасних умовах ринкового середовища підприємствам, що займаються видобутком та первинною переробкою корисних копалин, важко втримувати конкурентні позиції, так як споживач стає все більш вибагливим щодо якісних характеристик мінеральної сировини. Конкурентні стратегії складаються з ряду підходів і напрямів, що розробляються керівництвом підприємства з метою досягнення вищої результативності роботи в конкретній сфері діяльності.

Формування конкурентної стратегії видобувного підприємства передбачає дослідження кола потенційних конкурентів, визначення стану та перспектив розвитку конкурентної боротьби, її форм та методів; визначення конкурентних переваг та конкурентної позиції видобувного підприємства, перспектив їх зміни (втрати); обґрунтування типу конкурентної поведінки, методів конкурентної боротьби, що будуть використовуватися.

Стосовно вугледобувного підприємства ПАТ «ДТЕК Павлоградвугілля» проведено аналіз конкурентного середовища із застосуванням матриці Бостонської консалтингової групи. На рис. 1 наведений розподіл основних конкурентів ПАТ «ДТЕК Павлоградвугілля» за матрицею БКГ, де на осі Х відкладена доля ринку, яку займає підприємство в галузі, а по осі Y - темп росту продаж. Нанесені кола показують положення підприємств-конкурентів вуглевидобувної галузі, а їх діаметр пропорційний обсягам виробництва відповідних підприємств. За результатами побудованої матриці, можна побачити, що підприємство ПАТ «ДТЕК Павлоградвугілля» знаходиться у зоні «зірок», але практично на межі з «дійними коровами». Інших підприємств у цих зонах немає. До «знаків питання» потрапили ТОВ «Краснолиманська», ДП «Львіввугілля»,

ДП «Селидіввугілля», ТДВ «Шахта Білозерська». ТОВ «ДТЕК Добропіллявугілля», ПАТ ш/у «Покровське», ТОВ «ДТЕК Ровенькиантрацит», ПАТ «ДТЕК Комсомолець Донбасу», ТОВ «ДТЕК Свердловантрацит» належать до «підприємств – собак».

В залежності від розміщення підприємств у табл. 1 розробляються різні конкурентні стратегії для їх подальшої діяльності.

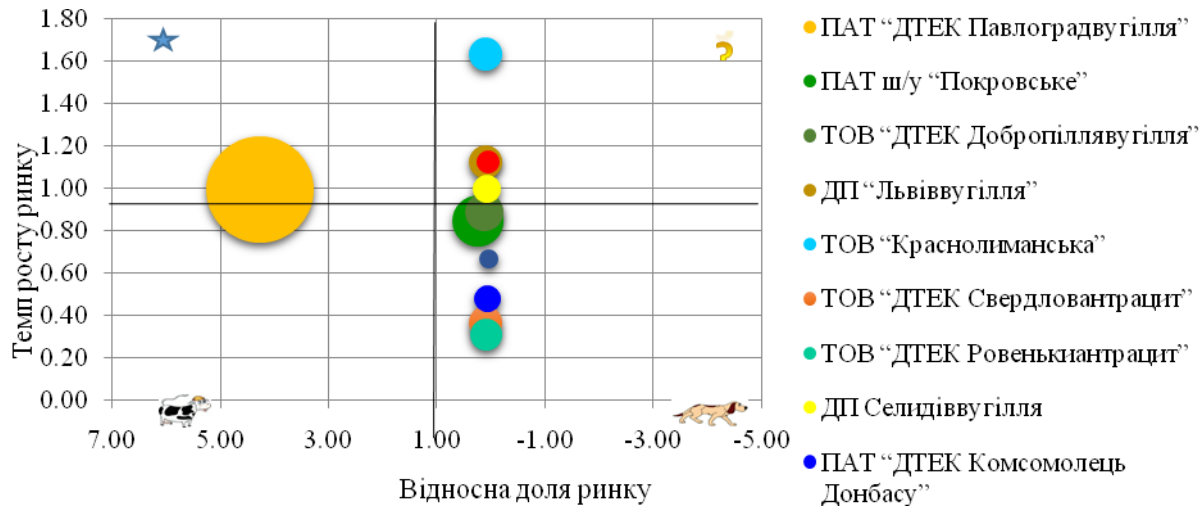


Рисунок 1–Розподіл основних конкурентів ПАТ «ДТЕК Павлоградвугілля» за матрицею БКГ

Таблиця 1

Характеристика підприємств вугледобувної галузі України за результатами аналізу

Сегмент матриці	Назва підприємства	Характеристика
«Знаки питання»	ТОВ «Краснолиманська», ДП «Львіввугілля», ДП «Селидіввугілля», ТДВ «Шахта Білозерська»	Проблематичне підприємство. Невелика частка ринку, сильна конкуренція
«Зірки»	ПАТ «ДТЕК Павлоградвугілля»	Підприємства - лідери на ринку, прибуток від яких швидко зростає.
«Дійні корови»		Підприємство у стадії зрілості. Не потребує інвестицій, приносить великий прибуток, темпи росту незначні
«Собаки»	ТОВ «ДТЕК Добропіллявугілля», ПАТ ш/у «Покровське», ТОВ «ДТЕК Ровенькиантрацит», ПАТ «ДТЕК Комсомолець Донбасу», ТОВ «ДТЕК Свердловантрацит»	Нежиттєздатні підприємства, які не приносять прибутку

Конкурентні стратегії допомагають вугледобувному підприємству здійснити шлях від тієї позиції на ринку, яку вона має, до бажаної шляхом адаптації до ринкових змін, розвитку технології, а також за допомогою визначення і приведення ресурсів підприємства відповідно до можливостей.

## Перелік посилань

- 1.Іванов Ю. Б. Теоретичні основи конкурентної стратегії підприємства : монографія / Ю. Б. Іванов та ін.; за заг. ред. Ю. Б. Іванова. – ХНЕУ. – Х. : ВД «ІНЖЕК», 2006. – 383 с.
- 2.Смоленюк П.С. Обґрунтування конкурентної стратегії підприємства // Інноваційна економіка. – 2012. – № 3 (29). – с.86-93.
- 3.Доц Д.Ю. Стратегічне забезпечення конкурентоспроможності підприємства / Д.Ю. Доц, В.М. Ліпінський // Наук. Вісник НЛТУУ – Львів: НЛТУУ. – 2007 – № 5 (17). – с. 136-138.

УДК 681.518.54

**Федоренко А. А., студентка.гр. МН-13-4****Науковий керівник: Тютченко С.М., ст.викл. кафедри менеджменту виробничої сфери (Державний ВНЗ "Національний гірничий університет", м. Дніпро, Україна)**

### **ОЦІНКА ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ЕНЕРГОЗБЕРІГАЮЧИХ ТЕХНОЛОГІЙ**

На сучасному етапі розвитку економіки особливої актуальності набуває проблема активізації інноваційного розвитку підприємства. Ефективним важелем конкурентної боротьби можна визначити переорієнтацію підприємств на інноваційний напрям розвитку, який їм надасть можливість розширювати та освоювати нові ринки збуту, зацікавлювати нових споживачів, залучати інвестиційні ресурси, тим самим підвищувати ефективність діяльності.

До інноваційної енергозберігаючої продукції слід віднести нову або удосконалену продукцію, виробництво якої ґрунтується на нових методах, що задовольняють потреби підприємств інших галузей економічної діяльності у енергозберігаючому фондостворюючому обладнанні, забезпечують технічне переоснащення та впровадження новітніх технологій виробництва продукції промисловими підприємствами України, спрямованих на енерго- та ресурсозбереження.

Інноваційній енергозберігаючій продукції притаманна низка специфічних ознак, що вимагає коригування та удосконалення традиційних методів економічного оцінювання проектів виробництва продукції з метою адаптації їх до умов та особливостей виробництва і споживання вказаного виду продукції [1].

Розглянемо тепер методичні засади оцінювання економічної ефективності впровадження інноваційної енергозберігаючої продукції у її потенційного споживача, що є одночасно виробничим підприємством. При цьому слід враховувати той факт, що впровадження енергозберігаючого устаткування змінює технологічні параметри виготовлення продукції, яка виробляється за допомогою цього устаткування. Відповідно, впровадження інноваційної енергозберігаючої продукції можна розглядати у контексті переходу підприємства на енергозберігаючі технології виробництва своєї продукції.

При здійсненні оцінювання впливу певних чинників на доцільність та ефективність впровадження на промислових підприємствах енергозберігаючих технологій потрібно враховувати низку передумов, а саме [2]:

даній галузі підприємств з різним рівнем технічної оснащеності, що закономірно призводить до різних значень показників собівартості та питомої капіталомісткості

аналогічної продукції за різними підприємствами. За таких умов необхідно володіти інформацією про матрицю питомих витрат паливно-енергетичних ресурсів на виробництво одиниці продукції за усіма видами цих ресурсів та усіма підприємствами галузі. Очевидно, що підприємства з більшими питомими витратами певного виду ресурсів будуть сильніше реагувати на дію чинників що зумовлюють необхідність впровадження технологій, спрямованих на економію даного виду ресурсів;

- наявність у даній галузі достатньо конкурентного ринку, зокрема достатньої кількості виробників певної продукції. У випадку, якщо ця умова не виконується (наприклад існує лише один виробник монополіст), то дія чинників, що сприяють впровадженню ресурсозберігаючих технологій, може бути суттєво загальмованою;

- наявність у даній галузі механізмів швидкого встановлення рівноважної ціни на продукцію. У випадку високого рівня конкуренції на ринку, найбільш адекватним методом ціноутворення на продукцію є метод замикаючих питомих приведених витрат, тобто ціна одиниці продукції приймається на рівні питомих приведених витрат у того виробника продукції, для якого вони є найменшими.

Поява у певній галузі енергозберігаючої технології може як витіснити, так і не витіснити існуючу технологію виробництва певної продукції (у другому випадку у галузі будуть одночасно функціонувати різні технології виробництва однієї і тієї ж самої продукції). Загалом вважається, що експлуатувати техніку доцільно доти, доки не стане рівним нулю чистий грошовий потік від її експлуатації (сума прибутку та амортизаційних відрахувань). Враховуючи це, критерій доцільності припинення використання застарілої технології в умовах конкурентної економіки можна сформулювати таким чином: припиняти експлуатацію застарілої технології потрібно, якщо собівартість одиниці продукції без амортизації за старою технологією є більшою за питомі приведені витрати за новою технологією [3].

Очевидно, що будь-яке підприємство, обираючи певне технологічне рішення з кількох альтернативних варіантів, повинно прагнути раціоналізувати співвідношення між величиною своїх поточних та інвестиційних витрат. При цьому можливі два основних завдання такого вибору: коли планується виробництво певної продукції-обирається найкраща технологія її виготовлення; коли продукція вже виробляється-розглядаються можливість та доцільність заміни існуючої технології її виготовлення (наприклад, з метою зниження енерговитрат підприємства).

### Перелік посилань

1. Бокулева М. О. Ціноутворення на продукцію машинобудівних підприємств з урахуванням вимог споживачів / М. О. Бокулева // Держава та регіони. - 2009. - № 2. - С. 13-19. 2.

Набок І. І. Механізм ціноутворення на інноваційну продукцію машинобудівного виробництва з урахуванням її життєвого циклу / І. І. Набок // Держава та регіони. - 2008. - № 2. - С. 160-163. 3.

Орлов П. А. Збутова діяльність промислових підприємств: теорія та напрями розвитку [монографія] / П. А. Орлов, Г. О. Холодний, М. А. Борисенко та ін. - Х.: Вид. ХНЕУ, 2014. - 232 с.

УДК 658.5

**Формазиук А.А., студент гр. Б-МН-13-1****Науковий керівник: Дубей Ю.В., к.е.н., доцент кафедри менеджменту виробничої сфери***(Державний ВНЗ «Національний гірничий університет», м. Дніпро, Україна)*

## ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ЛОГІСТИЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

На сьогоднішній день застосуванню логістики в економіці України приділяється поки що недостатньо уваги порівняно із розвиненими країнами, це зумовлене сучасними реаліями. Зарубіжні компанії давно й успішно використовують логістичні підходи, тоді як українські підприємці роблять тільки перші кроки в цьому напрямі. Але разом з тим, саме зростання нестабільності зовнішнього середовища призводить до зростання потреб підприємств у стратегічному управлінні. Стратегічне управління можна розглядати як управління за результатами. В свою чергу логістичний підхід до формування загальної стратегії підприємства являє собою узагальнюючу модель дій, необхідних для досягнення поставлених цілей шляхом координації та розподілу ресурсів підприємства [1]. Важливі дослідження основних положень стратегічного управління логістикою, створення нової концепції формування стратегій маркетингової та логістичної діяльності виконали зарубіжні та вітчизняні вчені Р. Баллоу, Р. Шредер, Е. Барді, П. Друкер, Дж.Р. Сток, Д.М. Ламберт, В. Руделіус, К. Рутковський, О. Амоша, С. Крикавський, І. Решетнікова, Л. Федулова, М. Постан, Л. Фролова, Р. Ларіна, І. Булеєв, Є. Качан, О. Тридід та ін.

Стратегічне управління логістикою – високопрофесійна управлінська діяльність зі своєю логістичною структурною спеціалізацією, спрямована на виживання логістичної системи підприємства в невизначеному зовнішньому середовищі, обов'язково включає стратегічне планування як строго заданий процес і строго певну підсистему [2]. Міротин Л.Б. та Ташбаєв И. Е. виділяють три стадії процесу логістичного стратегічного управління:

- логістичне стратегічне планування (розробка стратегії, стратегічного аналізу і вибору);
- організація або настройка організаційної системи відповідно до обраної логістичної стратегії (впровадження стратегії, реалізація стратегії);
- стратегічний контроль і регулювання функціонування логістичної системи (оцінка, моніторинг, оцінка виконання).

На стадії стратегічного планування визначаються стратегії логістичної системи підприємства шляхом встановлення його місії, аналізу стратегічних позицій, дослідження внутрішніх і зовнішніх факторів і дій, які можуть привести до досягнення, утримання, розвитку та капіталізації конкурентних переваг. Сьогодні стратегічне планування є необхідним елементом ефективного розвитку будь-якого підприємства. Розробка логістичної стратегії займає центральне місце на підприємстві поряд з корпоративною маркетинговою та виробничою стратегіями і встановленням місії.

На етапі оцінки позиціонується логістична стратегія по відношенню до місії і корпоративної стратегії підприємства на ринку. Повинна бути ретельно проаналізована загальна економічна і політична ситуація, визначені передбачувані тенденції її зміни на період від 5 до 15 років. Більш детально оцінюється інтерфейс логістичної стратегії з маркетинговою та виробничою.

Зокрема, по відношенню до зовнішнього навколишнього логістичного середовища повинні бути оцінені економічні тенденції (на загальнодержавному та місцевому рівнях), динаміка макроекономічних показників (рівня інфляції, ВВП, курсу валют, процентних ставок, біржових індикаторів і т.д.), демографічні тенденції, технологічний і науковий рівні у відповідних галузях, тенденції розвитку ринків збуту, можливі групи конкурентів, законодавство тощо. Схожим чином оцінюється і внутрішня мікроекономічна середа підприємства.

На другому етапі розробки логістичної стратегії підбираються та аналізуються можливі стратегічні рішення на рівні корпорації в цілому і окремих структурних підрозділів зокрема, визначаються базові вимоги до компонентів логістичної стратегії.

Третій етап полягає у встановленні пріоритетів та вибору однієї домінуючої логістичної стратегії з набору можливих альтернатив. При цьому принципове значення має рання ідентифікація необхідних ресурсів для виконання стратегії і джерел їх отримання.

Нарешті, заключний етап полягає в розробці безпосередньо стратегічного логістичного плану з визначенням агрегованих показників як в цілому для логістичної системи, так і для окремих рівнів менеджменту [3].

Стратегічний рівень управління логістичною діяльністю встановлює систему цілей і напрямів розвитку логістики підприємства та принципи оцінювання бізнес-процесів. Враховуючи загальну корпоративну стратегію, підприємства формують портфель функціональних стратегій. Логістична стратегія визначає розвиток логістики, який торкається форм і засобів її реалізації на підприємстві міжфункціональної і між організаційної координації і інтеграції.

Формування логістичної стратегії становить комплексний, впорядкований та інтегрований процес, спрямований на отримання сукупних результатів системи в сенсі створення вартості і покращення рівня обслуговування для споживачів. Цей процес сконцентрований на отриманні задоволення клієнтів, враховуючи та передбачаючи їхні майбутні потреби [4]. Саме тому вибір логістичної стратегії є важливим питанням, та має бути вирішене тільки після детального вивчення та аналізу можливих логістичних стратегій, для порівняння та вибору найбільш оптимальної для конкретного підприємства.

#### **Перелік посилань**

1. Крикавський Е. Інновації в концепції логістики / Е. Крикавський // Логистика: Проблемы и решения. – 2006. – С. 20-28.
2. Крикавський Е. Логістичне управління: підручник / Е. Крикавський. – Львів: Видавництво Національного університету «Львівська політехніка», 2005. – 684 с.
3. Коломицева А.О. Логістичне стратегічне управління в умовах сучасних підприємств / А.О. Коломицева, А.Д. Гузенко: матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції, 15-17 листопада, 2012 року, м. Донецьк. – Донецьк: ДонДУУ, 2012. – С. 58-62.
4. Родликов А.Н. Логистика: терминологический словарь / А.Н. Родликов. – М.: Экономика, 1995. – С. 122.

УДК 338:658:[519.7]

**Ягольник Ю. О., студентка гр. ЕК-12-1****Науковий керівник: Демиденко М.А., к.т.н., доцент кафедри електронної економіки та економічної кібернетики***(Державний ВНЗ «Національний гірничий університет», м.Дніпро, Україна)*

## **ПІДВИЩЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ПАТ «ПЛУТОН» ІЗ ВИКОРИСТАННЯМ ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНОГО МОДЕЛЮВАННЯ**

Для підвищення ефективності підприємства ПАТ «Плутон» необхідно мінімізувати матеріальні та ресурсні фонди та максимізувати прибуток за допомогою економіко-математичного моделювання. Задача полягає в тому, щоб скласти план оптимального використання обмежених матеріальних та ресурсних фондів, який би забезпечив найкраще виробництво, тобто випуск таких обсягів продукції які максимізують прибуток та мінімізують витрати на їх виробництво [1].

У моделі приймаються наступні позначення:

$i$  – номер випускає мого товару;

$n$  – номер прибутку на одну одиницю випускає мого  $i$  –го виробу;

$m$  – номер виду сировини;

$x_i$  – випущений товар  $i$  – го виду;

$c_n$  – прибуток на одиницю продукції  $i$  –го виду продукції;

$H_i$  – нижня границя випуску  $i$  –го виду продукції;

$V_i$  – верхня границя випуску  $i$  –го виду продукції;

$F_m$  – загальна кількість сировини  $m$  – го виду;

$a_m$  – кількість сировини для вироблення  $i$ -го виду продукції;

$r_i$  - коефіцієнт прибутку для  $i$  –го виду продукції;

$k_i$  – коефіцієнт витрат для  $i$  –го виду продукції.

$U$  – загальна кількість видатків в тис. грн. за 2014 рік;

$P$  - загальна сума прибутку в тис. грн. за 2014 рік.

*Невідомі:*

$x_i$  – кількість випуску продукції  $i$  – го виду.

Умови моделі:

- 1) Обмеження задачі оптимізації

$$\sum_{i=1}^n x_i * r_i \leq P, \quad i = 1, 2, \dots, 15 \quad (1)$$

$$\sum_{i=1}^n x_i * k_i \leq U, \quad i = 1, 2, \dots, 15 \quad (2)$$

- 2) Обмеження випуску продукції:

$$H_i \leq x_i \leq B_i, \quad i = 1, 2, \dots, 15 \quad (3)$$

- 3) Обмеження ресурсів

$$\sum_{i=1}^n x_i * a_m \leq F_m, \quad i = 1, 2, \dots, 15; m = 1, 2, 3, 4. \quad (4)$$

- 4) Умови невід'ємності змінних

$$x_i - \text{цілі}, \quad i = 1, 2, \dots, 15 \quad (5)$$

$$x_i \geq 0, \quad i = 1, 2, \dots, 15 \quad (6)$$

- 5) Критерій оптимальності:

$$\sum_{i=1}^n x_i * c_i \rightarrow \max, \quad i = 1, 2, \dots, 15 \quad (7)$$

- максимальний прибуток за рахунок оптимального використання матеріальних та ресурсних витрат. Економіко-математичну модель розв'язано із застосуванням методу Гілок і меж, в додатку MS Excel 2016

#### Перелік посилань

1. Демиденко М.А. Математичне програмування: Навч. посібник. – Дніпропетровськ: Національний гірничий університет, 2005.– 110 с.



**Варяниця Б.С.** студентка гр. 051-16м-1

**Науковий керівник:** Тимошенко Л.В., к.е.н., доцент кафедри прикладної економіки  
(Державний ВНЗ "Національний гірничий університет", м. Дніпро, Україна)

## ЕКОЛОГО-ЕКОНОМІЧНИЙ АНАЛІЗ ВПЛИВУ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ НА НАВКОЛИШНЄ СЕРЕДОВИЩЕ

З точки зору перевізної роботи провідним у транспортній системі України є залізничний транспорт, на частку якого припадає близько 57% внутрішнього вантажообороту країни. Вплив залізничного транспорту на екосистеми залишається малодослідженим.

Залізничний транспорт дозволяє забезпечити потребу як у прискоренні руху товарів, так і у зниженні вартості перевезень, при цьому порівняно з іншими видами транспорту залізничний має певні переваги [1]:

- нерозривний зв'язок із підприємствами різних сфер діяльності. На під'їзних шляхах зароджується і погашається до 90 % усіх вантажів, що перевозяться залізницями;
  - висока провізна і пропускна спроможність залізниць;
  - можливість здійснення масових перевезень вантажів у поєднанні з відносно низькою вартістю перевезень;
  - можливість безперебійного і рівномірного здійснення перевезень в усі пори року і періоди доби;
  - порівняно висока швидкість руху і терміни доставки вантажів та пасажирів;
  - можливість організації залізничних сполучень практично на будь-якій сухопутній території країни і забезпечення стійких зв'язків між районами; доставка вантажів і пасажирів найкоротшим шляхом прямування;
  - відносно високі економічні показники і досить досконала технологія перевезень.
- Якщо витрати палива у середньому на залізничному транспорті взяти за одиницю, то на автомобільному – вони становитимуть 4–5 одиниць [2].

За 2015 рік залізничним транспортом було перевезено 389794,1 тис. пасажирів та 644296 тис. т. вантажу. Додатковою перевагою залізничного транспорту є його відносна екологічність у порівнянні з іншими видами транспорту (рис.1).

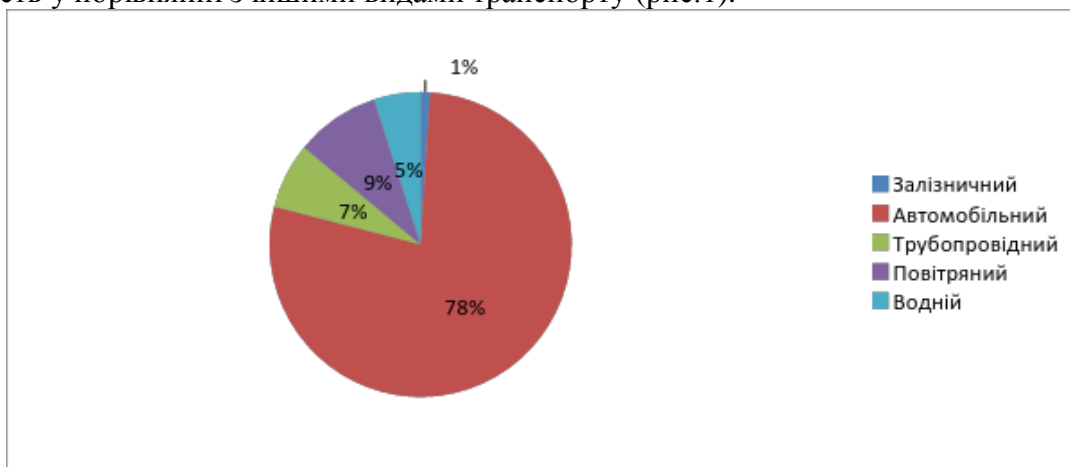


Рисунок 1 – Негативний вплив на навколишнє середовище за видами транспорту в Україні

Крім зазначених переваг, необхідно виділити і певні недоліки діяльності залізничного транспорту: високу собівартість порівняно з водним і трубопровідним транспортом та обмежені можливості прямого постачання вантажу.

Діяльність залізничного транспорту пов'язана із споживанням великих обсягів водних ресурсів, забрудненням вод та атмосферного повітря, забрудненням прилеглих територій під час перевезення вантажів, утворенням відходів, шуму та вібрації. Забруднення води пов'язане із зростанням протяжності мережі залізниці. Поряд із фізичним і хімічним забрудненням може бути теплове та мікробне забруднення вод. Необхідно зазначити, що 1 м<sup>3</sup> стоків забруднює більше 60 м<sup>3</sup> чистої води, які шкідливі для здоров'я людей і знижують термін експлуатації основних виробничих засобів транспорту.

За інформацію [3], проаналізовано динаміку надходжень до державного бюджету екологічного податку «Укрзалізниці» за 2013-2016 рр. (рис.2). Значне зменшення відрахувань 2015 року пов'язано з неврахуванням оподаткування залізниці в Криму.

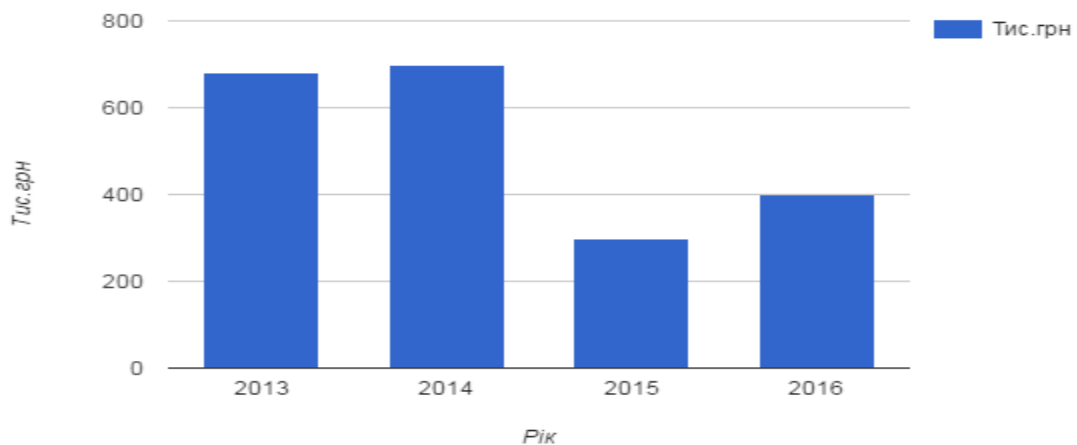


Рисунок 2 – Динаміка надходжень до державного бюджету екологічного податку «Укрзалізниці»

Дослідження впливу залізничного транспорту на довкілля повинно здійснюватися на основі поєднання економічного аналізу, аналізу стану навколишнього природного середовища та аналізу природоохоронної діяльності. Саме синтез зазначених складових дозволить вирішити наступні задачі: забезпечення природоохоронної діяльності необхідними фінансово-економічними важелями; узгодження основних екологічних та економічних показників природоохоронної діяльності; забезпечення правової, економічної й технічної бази для проведення оцінки техногенного впливу на навколишнє природне середовище; облік витрат на природоохоронну діяльність та визначення її результатів; вплив на обсяги та характер забруднення навколишнього природного середовища об'єктів та підприємств залізничного транспорту шляхом зміни структури господарського комплексу; аналіз та перспективи використання основних виробничих фондів природоохоронного призначення; виявлення впливу економічних факторів та критеріїв екологізації господарської діяльності залізничного транспорту на кінцеві результати основної діяльності; порівняльний аналіз природоохоронної діяльності підприємств залізничного транспорту, у тому числі й у міжгалузевому аспекті.

#### Перелік посилань

1. Бараш Ю. С. Управління залізничним транспортом країни : монографія / Ю. С. Бараш. – Д. : Вид-во Дніпропетр. нац. ун-ту залізн. трансп. ім. акад. В. Лазаряна, 2006. – 252 с.

2. Юхновський І. Р. Транспортний комплекс України. Залізничний транспорт: Проблеми та перспективи / І. Р. Юхновський, Г. Б. Лебеда, Т. І. Попова ; за ред. І. Р. Юхновського. – К. : ФАДА ЛТД, 2006. – 288 с.

3. Офіційний сайт Державної служби статистики [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

**Ольховик О.А.** студентка гр. ГЛгр-13-4

**Науковий керівник:** Тимошенко Л.В., к.е.н., доцент кафедри прикладної економіки  
(Державний ВНЗ "Національний гірничий університет", м. Дніпро, Україна)

## ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ ДІЯЛЬНОСТІ ГЕОЛОГОРОЗВІДУВАЛЬНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ

Законодавчим підґрунтям діяльності державної геологічної служби України та геологорозвідувальних організацій є Кодекс України про надра [1] та Закон України «Про державну геологічну службу України» [2].

Геологічне вивчення надр передбачає виконання спеціальних робіт і досліджень, спрямованих на одержання інформації про надра з метою задоволення потреб суспільства. Роботи по геологічному вивченню надр підлягають обов'язковій державній реєстрації та обліку з метою узагальнення і максимального використання результатів вивчення надр, а також запобігання дублюванню зазначених робіт. Геологічна діяльність представляє собою виробничу, наукову та іншу діяльність, пов'язану з геологічним вивченням надр.

До складу державної геологічної служби України належать центральний орган виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері геологічного вивчення та раціонального використання надр, державні підприємства, установи та організації, які входять до сфери його управління. Геологорозвідувальні роботи можуть проводити гірничодобувні підприємства власними силами (якщо є окремий структурний підрозділ геологорозвідування на підприємстві) і сторонні геологорозвідувальні організації.

Залежно від характеру виконуваних робіт і досліджень державні підприємства, діяльність яких спрямована на геологічне вивчення надр, відносяться до категорії стратегічно важливих, їм надається статус казенних та їх майно не підлягає приватизації. Геологічна, геофізична, геохімічна, техніко-економічна та інша інформація, а також зразки гірничих порід (в тому числі керн) та інші дані, отримані інвестором у результаті виконання робіт, передбачених угодою про розподіл продукції, є власністю держави.

Фінансування робіт з геологічного вивчення надр здійснюється за рахунок коштів від збору за геологорозвідувальні роботи, виконані за рахунок Державного бюджету України, та відрахувань за користування надрами, а також інших коштів, передбачених державними цільовими програмами, спрямованими на нарощування мінерально-сировинної бази. Кошти від збору за геологорозвідувальні роботи, виконані за рахунок Державного бюджету України, та відрахувань за користування надрами перераховуються на окремий рахунок Державного бюджету України. Не перераховані на кінець бюджетного року залишки цільових коштів на геологічне вивчення надр використовуються у новому бюджетному році. Фінансування державних цільових програм з геологічної розвідки родовищ корисних копалин, що не мають промислового видобутку, здійснюється за рахунок загальних видатків Державного бюджету України та залучення недержавних інвестицій.

Для геологічного вивчення, в тому числі для дослідно-промислової розробки родовищ корисних копалин загальнодержавного значення, надра надаються у користування без надання гірничого відводу після одержання спеціального дозволу на геологічне вивчення надр [1].

Дослідно-промислова розробка родовищ корисних копалин загальнодержавного значення здійснюється з метою уточнення їх окремих гірничо-геологічних та інших параметрів, вибору раціональних методів видобування мінеральної сировини на підставі проекту цих робіт, погодженого з центральним органом виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері охорони праці. Видобуті під час дослідно-промислової розробки корисні копалини підлягають реалізації у загальному порядку.

Згідно з Положенням про стадії геологорозвідувальних робіт на тверді корисні копалини [3] геологорозвідувальний процес – це сукупність послідовно й цілеспрямовано здійснюваних дедалі більш детальних геологорозвідувальних робіт з картування, прогнозування, виявлення й геолого-економічної оцінки дедалі більш локальних рудоносних (продуктивних) ділянок надр методом послідовних наближень від рудних районів (полів) до рудних покладів (блоків). Стадії геологорозвідувальних робіт – це частина геологорозвідувального процесу, що визначається притаманними їй об'єктами геологічного вивчення, цілями та методами геологорозвідувальних робіт, вимогами до їхніх кінцевих результатів. Геологорозвідувальні роботи складаються з трьох основних стадій – попередньої, детальної та експлуатаційної – які проводять послідовно з метою детальнішого вивчення родовища та уточнення отриманих результатів. Геологорозвідувальні роботи розпочинаються з будь-якої стадії (підстадії), якщо стан геологічного вивчення об'єкта робіт достатній для їхнього геологічного й техніко-економічного обґрунтування.

Межі між стадіями (підстадіями) геологорозвідувальних робіт визначаються вимогами до їхніх кінцевих результатів. Види й обсяги геологорозвідувальних робіт та методи досліджень, що застосовуються на окремих стадіях (підстадіях) геологорозвідувального процесу, визначаються відповідно до типового раціонального комплексу для конкретних геологічних, географічних і економічних умов. Для інтенсифікації геологорозвідувального процесу, скорочення термінів підготовки родовищ корисних копалин до промислового освоєння рекомендується раціональне суміщення й поєднування геологорозвідувальних робіт суміжних стадій. У разі виявлення проявів (рудопроявів) дефіцитних корисних копалин на значній площі рекомендується проводити пошукові роботи до завершення геологознімальних робіт у регіоні (районі). На ділянках, де виявлені перспективні прояви (рудопрояви) дефіцитних корисних копалин рекомендується проводити пошуково-оцінювальні роботи до завершення робіт будь-якої попередньої стадії (підстадії).

Планову собівартість геологорозвідувальних робіт, що виконують власними силами підприємства, визначають за статтями витрат, розробляючи планову калькуляцію геологорозвідувальних робіт на підставі фізичних обсягів та вартості, зазначеної у проектно-кошторисній документації. При цьому враховують конкретні фактори впливу, а саме: підвищення технічного рівня, механізацію та автоматизацію виробництва; впровадження прогресивних ресурсощадних технологій виробництва; раціональне використання матеріальних і трудових ресурсів; поліпшення використання основних виробничих засобів; удосконалення організаційної структури геологічних служб; вплив структурних зрушень, пов'язаних зі змінами номенклатури геологорозвідувальних робіт, їх напрямів; зміну обсягів геологорозвідувальних робіт.

#### Перелік посилань

1. Кодекс України про надра – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/132/94-%D0%B2%D1%802>.
2. Закон України «Про державну геологічну службу України» – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/go/1216-14>.
3. Положенням про стадії геологорозвідувальних робіт на тверді корисні копалини – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/go/z0124-00>.