**Ангелко Ірина,** к.е.н.,
старший викладач
Інститут підприємництва та перспективних технологій
Національний університет «Львівська політехніка»
м. Львів

# ПРОБЛЕМИ СТАНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКІЙ СФЕРІ УКРАЇНИ

Упродовж останніх років, особливе місце в досягненні цілей господарської діяльності окремих суб'єктів займає інноваційне підприємництво. Як відомо, його розвиток в різних галузях та сферах економіки дозволяє посилити активізацію господарської діяльності окремих підприємств, забезпечити їх економічний розвиток, визначити конкурентні переваги та ринкові позиції в глобальному середовищі. Крім цього, на державному рівні, інноваційне підприємництво сприяє розвитку національних інтересів, зокрема у сфері сільського господарства.

Варто відзначити, що незважаючи на надзвичайно сприятливі природні та кліматичні умови для сільськогосподарського виробництва, Україна внаслідок технологічної відсталості та нераціональної організації діяльності окремих підприємств сільськогосподарської сфери стикнулася з ситуацією за якої не в змозі забезпечити своє населення доступною за ціною і якістю харчовою продукцією. В результаті цього, сьогодні в сфері сільського господарства пріоритетного значення набуває реалізація інноваційного підприємництва, спрямованого на створення інноваційних продуктів, технологій та надання послуг. Сама ж реалізація інноваційного підприємництва у сфері сільського господарства повинна здійснюватися на основі адаптаційної здатності окремих суб'єктів господарювання до зовнішніх впливів, виважених організаційно-управлінських підходів, що забезпечать у найближчій час гарантований інноваційний розвиток [1, с. 81].

Однак, як відомо, на сучасному етапі інноваційне підприємництво у сфері сільського господарства стикнулося з низкою проблем, які перешкоджають його ефективному впровадженню і розвитку. Так, упродовж останніх років Україна стикнулася з ситуацією відсутності належного фінансування, проблемою низького рівня державної підтримки сільськогосподарських підприємств та незначного розвитку інноваційних досліджень в сільському господарстві. Разом з тим, сьогодні в Україні спостерігається дуже слабка і неповна інноваційна інфраструктура (яка займає важливу роль у забезпеченні ефективного функціонування інноваційного підприємництва), яка разом з її технологічним «запасом» потребує всебічної підтримки з боку держави [2, с. 81; 3, с. 229-235].

На превеликий жаль, такий стан розвитку інноваційного підприємництва в Україні насамперед пов'язаний із ситуацією, за якої наявний механізм стимулювання інноваційного розвитку сільськогосподарських підприємств не є достатньо дієвим, а рівень існуючої конкуренції не забезпечує того конкурентного середовища від якого залежить інтеграція країни до Європейського Союзу. Як показує практика, сфера вітчизняного сільського господарства не є привабливою для інвестування через існування несприятливого економічного та політичного середовища, що проявляється в збитковості та неефективності державного регулювання, нерозвиненості ринкової інфраструктури, відсутності дієвої системи нормативно-правового регулювання та оптимального рівня податкового навантаження у даній сфері.

Загалом, для вирішення зазначених проблем необхідно здійснити низку заходів, які становитимуть основу ефективної стратегії розвитку інноваційного підприємництва в сфері сільського господарства України.

На наш погляд, стратегія розвитку інноваційного підприємництва у сільськогосподарській сфері України повинна включати такі основні складові:

- цілі і основні завдання системи інноваційних перетворень у сфері сільського господарства;
- інноваційну політику розвитку сільського господарства;
- пріоритетні напрями забезпечення реалізації інноваційної політики в сфері сільського господарства;
- структурні зміни в сфері інституціонального управління;
- наявний ресурсний, фінансовий і виробничий потенціал сільськогосподарської сфери;
- реалізацію інноваційного потенціалу.

У цілому, підсумовуючи доцільно зазначити, що вирішення ряду проблем, пов'язаних з ефективним становленням та розвитком інноваційного підприємництва у сільськогосподарській сфері України, дозволить не лише активізувати економічну діяльність окремих суб'єктів господарювання, але й посилити зростання національної економіки, а отже вирішити низку різноманітних соціально-економічних та глобальних викликів у даній сфері.

**Список використаних джерел**

1. Крючко Л.С. Інноваційний тип розвитку в умовах економічної глобалізації [Електронний ресурс] / Л.С. Крючко // Ефективна економіка. – Режим доступу: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=199

2. Готра В.В. Сучасний стан та проблеми інноваційного розвитку аграрного сектору України / В.В. Готра // Економіка та управління національним господарством. – 2014. – №6(156). – С. 79-84.

3. Смоленюк Р.П. Розвиток інноваційного підприємництва при реструктуризації сільського господарства / Р.П. Смоленюк // Інноваційна економіка. – 2014. – №2(51). – С. 225-237.

**БабінськаСоломія,** аспірант
Національний університет «Львівська політехніка»
м. Львів

# РИЗИКИ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ

Значення та роль інформації у процесі діяльності підприємства постійно зростає, оскільки вона притаманна всім процесам, які відбуваються на підприємстві і є основним фактором та ресурсом його діяльності. Процес розробляння та реалізації інноваційних проектів не є винятком. Обсяг і сукупність інформації у процесі розробляння та реалізації інноваційних проектів безпосередньо залежить від масштабу, складності та допустимих термінів реалізації проектів. Для розробляння та реалізації проектів необхідні величезні обсяги різноманітної інформації (науково-технічної, технологічної, виробничої, економічної тощо), тому від рівня інформаційного забезпечення, його якості, повноти, оперативності та гнучкості значною мірою залежать ефективність реалізації самих проектів.Не менш важливе значення мають і способи використання інформації.

У разі впровадженні системи інформаційного забезпечення в процес розробляння та реалізації інноваційних проектів необхідно оцінити її ризик. Ризик інформаційного забезпечення інноваційних проектів ніколи не може мати нульового значення, оскільки середовище, в якому воно здійснюється, ніколи не є детермінованим та чітко визначеним.

Для інформаційного забезпечення у процесі розробляння та реалізації інноваційних проектів характерним є високий рівень ризику та невизначеності, так як сам процес реалізації інноваційного проекту є достатньо тривалим, його результати не можливо точно передбачити, а зовнішнє середовище змінюється достатньо швидко. Під ризиком інформаційного забезпечення інноваційних проектів слід розуміти можливість того, що будь-які його завдання у процесі реалізації проекту не будуть досягнуті.

На кожному етапі життєвого циклу інноваційного проекту визначеного з погляду інформаційного забезпечення (етап розробляння, етап реалізації та етап завершення) ризики будуть різні. На етапі розробляння: організаційні, маркетингові, фінансові, інформаційні ризики; на етапі реалізації: маркетингові, продуктові, виробничі, ризики системи організації і управління, ринкові та інформаційні; на етапі завершення: інформаційні ризики.

Як бачимо інформаційні ризики присутні на кожному етапі життєвого циклу інноваційного проекту, оскільки на кожному з них приймаються певні рішення та виконуються завдання для яких потрібна інформація. Тому, для ефективної реалізації інноваційних проектів необхідно досліджувати ризики на кожному етапі.

Сутність ризиків, які можуть виникнути на етапах життєвого циклу інноваційного проекту (етап розробляння, етап реалізації та етап завершення) наведені у табл. 1.

*Таблиця 1*

**Ризики етапів життєвого циклу інноваційного проекту**

| Ризик | Сутність |
|---|---|
| Організаційний | Неефективна стратегія нового продукту, погано організована робота учасників реалізації інноваційного проекту тощо. |
| Маркетинговий | Неефективне пропагування та впровадження інновацій, неправильна оцінка споживчих переваг. |
| Фінансовий | Брак коштів необхідних для реалізації інноваційного проекту, неправильне визначення витрат та ціни продукту, неплатоспроможність реалізатора інноваційного проекту. |
| Інформаційний | Витік інформації, збій в роботі системи інформаційного забезпечення, брак потрібної інформації, неправильне використання інформаційних ресурсів тощо. |
| Продуктовий | Неефективний підбір постачальників, технологій тощо. |
| Виробничий | Вихід з ладу обладнання, зриви матеріально-технічного постачання, проблеми пов’язані з організацією виробничого процесу. |
| Системи організації і управління | Некваліфікований менеджмент, незгоди між учасниками, невиконання доручень і домовленостей, невиконання партнерами умов контракту. |
| Ринковий | Зміна попиту на продукцію, втрата позицій на ринку, зміна якісних ознак продукту, поява конкуруючих продуктів, несвоєчасність виходу на ринок, відсутність ринкової «ніші» для продукції. |

Залежно від того чи задоволення інформаційних потреб у процесі реалізації інноваційних проектів здійснюється власними силами чи за допомогою сторонніх спеціалізованих організацій змінюватиметься розподіл витрат на постійні і змінні. При внутрішньому обслуговуванні оплата цих послуг буде належати до постійних витрат, у випадку зовнішнього – до змінних витрат. Від співвідношення часток постійних та змінних витрат залежить рівень фінансового ризику.

Важливим етапом робіту процесі інформаційного забезпечення реалізації інноваційних проектів є розроблення плану реагування на можливі ризики. Для того аби розробити план необхідно не лише визначити та оцінити ризики, але й проаналізувати причини їхнього виникнення, врахувати те, що поява ризику може бути зумовлена не лише конкретними чинниками певного етапу, але й тими, які присутні на попередніх етапах. При можливості такі плани реагування на ризик повинні грунтуватися на основі досвіду попередніх аналогічних проектів, що зменшить вірогідність появи нових ризиків, доцільним є також врахувати можливість запобігання декільком ризикам за допомогою одного заходу.

Отже, у сучасних умовах підприємству для здійснення діяльності необхідно володіти інформацією. Проте, недостатньо володіти лише інформацією її потрібно опрацьовувати, інтерпретувати та використовувати для прийняття управлінських рішень.

**Балко Олександра Юріївна,**
студентка 3 курсу напряму підготовки «Маркетинг»
ДВНЗ «Ужгородський національний університет»
Науковий керівник: **Жуков С.А**,. с.н.с., к.е.н., доцент
кафедри бізнес-адміністрування,
маркетингу та менеджменту
ДВНЗ «Ужгородський національний університет»

# МАРКЕТИНГ ІННОВАЦІЙ ЯК ВАЖЛИВИЙ ЧИННИК РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

У сучасних умовах господарювання основними факторами ефективного розвитку підприємств стають якісні та швидкі впровадження нових інформаційно-технологічних систем та управлінських методів. За таких умов виникає потреба в маркетингу інновацій, що є запорукою успішної діяльності підприємства.

Під маркетингом інновацій слід розуміти діяльність, яка спрямована на пошук нових сфер і способів використання потенціалу підприємства, створення на цій основі нових товарів та технологій і їх просування на ринку з метою задоволення потреб споживачів більш ефективним способом, ніж конкуренти [1].

Маркетинг інновацій – це концепція згідно з якою, підприємство повинно безперервно вдосконалювати методи маркетингу, здійснювати наукові розробки, досліджувати ринок ( використовуючи бенчмаркетинг), створювати інновації та просувати їх на ринок потреб споживача.

Маркетинг інновацій - поза сумнівом, захоплююча ідея. Але як його застосовують на практиці?

3 прикладів маркетингу інновацій:

1. L'Oréal розуміє, що забезпечення споживачів цифрової ери попереднього етапу перед купівлею так само важливе, як наявність демонстраційних продуктів. Тому вони спроектували додаток Makeup Genius L'Oréal, який дозволяє користувачам створювати цифровий макіяж. Бренд прийняв на роботу ту ж команду, яка брала участь в створенні "Загадкової історії Бенджаміна Баттона". Це забезпечило реалістичні візуальні ефекти. Споживачі відповіли позитивно: додаток був завантажений 7 мільйонів разів. Директор по IT в L'Oréal, стверджувала в інтерв'ю: "Споживачі хочуть несуперечливий досвід з брендом і продуктом в усіх точках зіткнення"[2].

2. У IKEA завжди був тісний зв'язок з інноваціями. Бізнес заснований на унікальній

можливості купити готові збірні меблі. У 2013, наприклад, вони запустили додаток "Каталог", який надавав користувачу доступ до матеріально-технічних ресурсів компанії, і, використовуючи віртуальну реальність, дозволило відвідувачам оцінювати, як меблі виглядають в їхньому будинку. IKEA також докладає зусиль, щоб обслужити потреби пост-купівлі. Вони ввели платформу, яка допомогла клієнтові продати уживані меблі через сторінку Facebook бренду, діючи як ринок Інтернет-комерції.

3. Свічкова компанія Diamond Candles інноваційно вибудовує свою УТП (унікальна торгова пропозиція) навколо підтримки розмов про продукт. За всяку ціну маркетологи домагаються обговорення, дискусії та іншого галасу навколо товару. Одна з акцій особливо цікава. Статистика показала, що 98% клієнтів Diamond Candles – Жінки. Тому маркетологи вирішили, що необхідно викликати шум саме серед представниць жіночої статі. Справа була так: в кожну упаковку зі свічками традиційно входить простеньке колечко. Але щоб розпалити інтерес до компанії, кілька разів в одну з упаковок було підкладено кільце з діамантом вартістю в 5000 $! [2].

В результаті піднявся великий шум. Хтось засуджував власників компанії, хтось схвалював, але ТИМ часом виручка Diamond Candles шалено зростала, і склала $ 1 000 000 за рік.

4. Комп'ютерні ігри, фільми жахів – це все добре. Але як змусити людей говорити про блендери? З цим питанням зіткнулася компанія Blendtec при просуванні нової лінії продуктів. Що ж вона зробила? Знайдене рішення виявилося блискучим. Серія вірусних роликів Will It Blend? ілюструє – в блендерах компанії можна перемолоти практично все що завгодно, включаючи продукцію компанії Apple.

З прикладів видно, що інновації - неймовірно цінний товар для брендів цифрової ери. Фокусування на клієнтові і інноваційних маркетингових практиках, дозволяють брендам проектувати поведінку і передбачити бажання споживачів [3]. Причому, абсолютно несподіваними способами. Вкінці-кінців, інновації украй важливі для великого маркетингу, тому що дають простір для поліпшення відношення до бренду і можливість отримати новий досвід взаємодії із споживачами.

Але потрібно зазначити про низьку інноваційну та маркетингову активність вітчизняних підприємств. Про це свідчить і те, що лише 20 % інноваційних розробок знаходять своє місце на національному ринку. Водночас цей показник для країн з розвиненою економікою становить: Японія – 68 %, США – 52 %, Швеція – 45 %, Польща – 30 % [4].

Отже, інноваційний маркетинг є провідною концепцією сьогодення, яка допоможе українським підприємствам здійснити різкий прорив в своїй діяльності і перейти на якісно

новий рівень розвитку. Це дозволить вітчизняним товаровиробникам вийти з тієї кризи, в якій вони знаходяться зараз, а також наздогнати за розмірами товарооборотів та прибутків іноземні підприємства, що працюють в цій галузі, а через певний час, зайняти лідируючі позиції на ринку.

**Список використаних джерел**

1. Баранчеев В. П. Маркетинг инноваций / В. П. Баранчеев. – М. : Благовест-В, 2007. – 506 с.

2. 5 прикладів інноваційного маркетингу [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: https://spark.ru/startup/pixli/blog/28864/5-primerov-innovatsionnogo-marketinga

3. Пермічей Н.Ф., Палеева О.А. Маркетинг інновацій: Навчальний посібник. - Н. Новгород: Нижегородов. гос.архіт.-буд. ун-т, 2007. - 88 с.

4. Мединський В.Т. Інноваційне підприємництво. Уч. посібник - М.: ЮНИТИ, 2002.

**Бондаренко Юлія,**
старший викладач кафедри менеджменту організацій
**Довгопола Даша**
Національний університет «Львівська політехніка»,
м. Львів

# РОЗВИТОК СОНЯЧНОЇ ЕНЕРГЕТИКИ В УКРАЇНІ – ЗАПОРУКА ЧИСТОЇ ТА БАГАТОЇ НАЦІЇ

Електроенергія – одна із найважливіших складових людського життя. Щохвилини людство використовує тисячі ват електричної енергії, яка забезпечує роботу мільйонів домівок, торгівельних центрів, підприємств, банерів, автостоянок. Станом на сьогодні основним джерелом електропостачання в Україні є атомна енергетика, яка завдає шкоду навколишньому середовищу, залишивши використання альтернативних джерел енергопостачання позаду. В лютому 2017 року президент України у своїй доповіді відзначив про збільшення використання атомної енергетики з 47% і надалі прогнозується зростання до 60% [1]. Розвиток відновлюваної енергії у світі різко зріс за останні десятиліття, про що свідчить вартість устаткування для відновлювальних джерел, яка з кожним роком падає. У США відновлювальна енергія сонця і вітру вже коштує менше ядерної, вугільної і газової, навіть без урахування державних субсидій [2]. Загалом, Україна рухається в тому ж напрямку, хоча дуже повільно. Таким чином, на сьогодні найперспективнішим та модернізованим напрямком розвитку підприємництва у сфері енергозабезпечення в Україні стало використання сонячної енергії. Незважаючи на низьку підтримку, а інколи і гальмування з боку держави, щороку збільшується кількість встановлення та використання сонячних колекторів та батарей не лише для досліджень, а і для практичного використання. Таким прикладом є село Варяж Сокальського району на Львівщині. Місцеві активісти отримати європейський грант на встановлення сонячної електростанції на даху місцевого дитячого садочка, який протікав [3]. Однак, "Львівобленерго" відмовилося укласти угоду на приєднання даної електростанції до існуючої лінії електропередач з метою транспортування нею виробленої сонцем електричної енергії в мережу, хоча схожий досвід можна було б перейняти у "Прикарпатобленерго", яка уклала схожу угоду з Громадою села Тюдова [3]. Отож, швидкими темпами поширюється зацікавленість України в новому, екологічному методі перетворення електроенергії, оскільки забезпечує ефективне використання сонячної радіації. Згідно, останніх досліджень на 80% території України коефіцієнт сонячної активності не опускається нижче 3 одиниць, що порівняно з іншими країнами Європи являється досить перспективним результатом. З цієї точки зору, найбільш привабливими областями є Запорізька, Дніпропетровська, Луганська області, а також такі міста, як Одеса, Херсон, Сімферополь. Високим рівнем сонячної активності являється показник 5 kWh/m2 за день,

а на перечислених територіях в літній період часто коефіцієнт перевищує 6 одиниць [4]. Стосовно переваг використання обладнання для вловлювання сонячної енергії є її легкість обслуговування, відсутність постачання сировини для роботи станції, цілорічне виготовлення електроенергії, оскільки, навіть взимку є достатньо сонячного світла для вироблення електроенергії, крім того превагою є великий термін експлуатації. Також, встановлення колекторів не потребує ретельного догляду, лише періодична чистка, особливо взимку від великої кількості снігу. З точки зору шкідливості використання сонячної енергетики являється абсолютно екологічним методом перетворення світлової енергії у електричну. Звичайно, як і кожна система, ця також має певні недоліки. Висока вартість колекторів та інвертора, втрата ККД з часом. Також слід зазначити, що на ефективність роботи фотоелементів впливає велика кількість опадів, зокрема, снігу, граду, та рівень сонячної радіації, яка пошкоджує колектори (вигорання, перегрів). Ще одним із недоліків являється те, що влітку енергетичне обладнання використовується на максимальну потужність, а взимку є замало сонячного випромінювання для ефективної роботи. У Європі спостерігаються рекордні показники використання сонячної енергії. Лідером ринку стабільно залишається Німеччина (819 МВт нових потужностей за рік, загальний обсяг ринку — 11,4 ГВт), на другому місці за обсягом ринку — Австрія (146,2 МВт нових потужностей за рік, загальний обсяг ринку — 3,45 ГВт), на третьому — Греція (170,1 МВт нових потужностей за рік, загальний обсяг ринку становить — 2,88 ГВт) [5]. Але основною відмінністю від Європейського союзу є те, що уряд України не достатньому рівні стимулює та не підтримує широкомасштабний розвиток даної галузі. Так, у Європейському Союзі діє План розвитку відновлюваних джерел енергії. Ним передбачені основні показники, яких повинні досягнути країни Європейської спільноти до 2020 року [5]. Детальніше аналізуючи сучасний розвиток сонячної енергетики в Україні, спостерігається достатньо велика зацікавленість українців в отриманні такого виду електроенергії з можливістю не тільки зекономити, але й продавати надлишок у мережу, заключивши попередньо угоду з Обленерго. Це спонукає населення інвестувати свої кошти у сонячні установки. Одною з основних перешкод у встановленні сонячних колекторів є високі відсоткові ставки у банках, що гальмують процес поширення використання такого виду енергетики. Загалом, вартість сонячної установки залежить від потужності встановлених панелей прийняття сонячного світла, чим потужніше панельне устаткування, тим більше сонячної енергії буде приймати установка, і як наслідок швидша її окупність. На даний час в Україні постійно зростає кількість, як зазначалося вище, населених пунктів, які встановили сонячні енергоустановки за рахунок інвестиційних коштів, які надійшли з Європейського союзу [3,6]. Отож, проблема стосовно транспортування виробленої енергії до користувача стала проблемою бюрократії, яка ще до сьогодні панує у владних інстанціях і, тим самим, гальмує багато громадських, підприємницьких ініціатив. Хоча деякі починання в заохоченні використання альтернативних джерел енергетики

все ж таки є. Станом на 2017 рік був дещо змінений закон про «зелений» тариф в Україні. Загалом, «зелений» тариф – це механізм, який призначений заохотити населення для вироблення електроенергії з альтернативних джерел [7]. Загалом, за останніми даними лише у ІІІ кварталі 2017 року 688 домогосподарств віддали перевагу електроенергії з енергії сонця, що на 42% більше порівняно з ІІ кварталом [8]. Цьому сприяє вигідний «зелений» тариф з прив'язкою його до курсу євро. Це означає, що домогосподарство може продавати надлишок згенерованої «чистої» електроенергії в мережу і швидко повертати кошти, вкладені в обладнання. Отже, використання відновлювальних джерел сприяє збереженню довкілля та стає дедалі прибутковішою справою.

**Список використаних джерел:**


1. Економічна правда [Електронний ресурс]: Web-сайт. - Частка атомної енергетики наближається до 60% – 16.02.2017. – Режим доступу до ресурсу: https://www.epravda.com.ua/news/2017/02/16/621101/

2. Поштівка [Електронний ресурс]: Web-сайт. - Європа встановила світовий рекорд низької вартості сонячної енергії. – 1.01.2017. – Режим доступу до ресурсу: https://poshtivka.org/yevropa-vstanovyla-svitovyj-rekord-nyzkoyi-vartosti-sonyachnoyi-energiyi/.

3. Енергофективність [Електронний ресурс]: Web-сайт. - Сонячна енергія в українському селі - перший досвід. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: http://teplo.gov.ua/energoefektivnist/istorii-uspikhu-mist/sonyachna-enerhiya.html

4. Солнечные батареи [Електронний ресурс]: Web-сайт. - Карта солнечной активности в Украине. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: http://www.solar-battery.com.ua/karta-solnechnoy-aktivnosti-v-ukraine/

5. Biowat [Електронний ресурс]: Web-сайт. - Стан та перспективи розвитку сонячної енергетики в Європі [Електронний ресурс]. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: http://www.biowatt.com.ua/analitika/solar-power-europe/.

6. УКРІНФОМ [Електронний ресурс]: Web-сайт. - З початку року сонячні панелі встановили понад 1200 українських родин – 2017. – Режим доступу до ресурсу: https://www.ukrinform.ua/rubric-technology/2329115-z-pocatku-roku-sonacni-paneli-vstanovili-ponad-1200-ukrainskih-rodin.html

7. Екоцентр [Електронний ресурс]: Web-сайт. - Зелений тариф, впровадження проектів для фізичних та юридичних осіб. Заробіток на альтернативній енергетиці. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: http://www.ecosvit.net/ua/zeleniy-tarif

8. Українська енергетика [Електронний ресурс]: Web-сайт. - У ІІІ кварталі цього року майже 700 українських родин встановили домашні сонячні електростанції - 25.10.2017. - https://ua-energy.org/uk/posts/u-iii-kvartali-tsoho-roku-maizhe-700-ukrainskykh-rodyn-vstanovyly-domashni-soniachni-elektrostantsii

**Бондаренко Вікторія**
к.е.н., ст.н.с., доцент кафедри бізнес-адміністрування,
маркетингу та менеджменту
ДВНЗ «Ужгородський національний університет»
**Мурин Олександр,** студент
ДВНЗ «Ужгородський національний університет»

# СУЧАСНІ МОДЕЛІ ОРГАНІЗАЦІЇ ЗАКУПІВЕЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ТОРГІВЕЛЬНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

Основне завдання закупівельної діяльності – вигідне придбання товару з метою задоволення споживчого попиту. Закупівельна діяльність є однією з найбільш відповідальних функцій торгівельного підприємств. Правильно обрана модель організації закупівельної діяльності дозволяє зменшити ймовірність комерційного ризику, пов'язаного з відсутністю збуту товарів.

В цьому контексті метою роботи є дослідити сучасні моделі організації закупівельної діяльності на торгівельному підприємстві, визначити їх переваги та недоліки.

Наразі існує три основні моделі організації закупівельної діяльності на торгівельних підприємствах:

1. Децентралізована модель;
2. Централізована модель;
3. Аутсорсингова модель.

Також інколи на практиці зустрічається гібридна модель.

Децентралізована модель організації закупівельної діяльності на торгівельному підприємстві передбачає, що кожен департамент (в ситуації, коли мова йде про роздрібну сіть – кожен магазин) в рамках виконуваних ним завдань займається веденням повсякденної операційної діяльності, бере участь в проведенні щорічних тендерів, з подальшим підписанням договорів з постачальниками, розміщує замовлення та виконує контроль якості їх виконання, веде весь необхідний документообіг тощо.

Наразі це вкрай поширена модель організації закупівельної діяльності на торгівельних підприємствах. Її перевагою є більш гнучкий підхід до задоволення термінових потреб департаменту (магазину), мінімальний рівень «бюрократичних» процедур в закупівельному процесі, більш точну відповідність поставок або послуг замовленням, а також можливість для кожного керівника департаменту (магазину) контролювати процес.

Недоліки децентралізованої моделі організації закупівельної діяльності – втрата переваг від укладення об'ємних договорів та можливості економії коштів, а також відволікання великої кількості часу керівників департаментів (магазинів) на тривалі переговори з постачальниками.

Наслідком вибору на користь децентралізованої моделі організації закупівельної діяльності може стати: збільшення загальної кількості постачальників торгівельного підприємства; збільшення вартості доставки; можливість дублювання замовлень; формування надлишкових слабко контрольованих запасів.

Централізована модель організації закупівельної діяльності є більш ефективною з точки зору витрат часу. Вона частіше застосовується на великих торгівельних підприємствах. Ця модель дозволяє стандартизувати процеси всередині підприємства, а саме: критерії вибору оптимального постачальника; стандарти якості продукції; порядок та періодичність постачання тощо.

Перевага централізованої моделі організації закупівельної діяльності – об'єднання потреб в закупівлі кількох департаментів (магазинів), підвищення купівельної спроможності, можливість домовитися з постачальником про кращу ціну, більш вигідні умови оплати і кращий сервіс.

Централізована модель організації закупівельної діяльності може стати складовою частиною стратегії торгівельного підприємства і дозволити краще контролювати запаси, ціни і ефективність використання ресурсів.

Аутсорсингова модель організації закупівельної діяльності торгівельного підприємства застосовується, коли: обсяг закупівель невеликий, або вони здійснюються не часто і невигідно мати власного постачальника; треба робити нетипові закупівлі, а компетенції наявних закупівельників недостатньо; закупівлі здійснюються технічними фахівцями, які не володіють необхідними компетенціями та знаннями ринку; треба зробити разову закупівлю великої кількості номенклатур.

За оцінками окремих експертів в найближчому майбутньому аутсорсинг закупівельної діяльності буде найбільше зростати і розвиватися на ринку аутсорсингу бізнес процесів. Це обумовлене тим, що департаменти закупівель будуть прагнути до значно більшого залучення експертів з боку третіх осіб, щоб посилити свої можливості щодо зниження витрат.

Гібридна модель організації закупівельної діяльності торгівельного підприємства передбачає синтез декількох з аналізованих моделей. Так, на практиці часто зустрічається синтез децентралізованої та централізованої моделей організації закупівельної діяльності. Іноді – синтез централізованої моделі та аутсорсингу.

З огляду на всі переваги і недоліки моделей організації закупівельної діяльності на торгівельному підприємстві можна дійти висновку, що на кожному конкретному підприємстві необхідно застосовувати свій компромісний варіант. Наприклад, визначити, які закупівельні напрями будуть проходити централізовано на рівні підприємства, які – децентралізовано на рівні департаментів (магазинів), а які варто віддати на аутсорсинг. Саме такий підхід дозволить отримати синергію від переваг кожної з моделей організації закупівельної діяльності на торгівельному підприємстві.

**Бойчук Андрій,** аспірант
Національний університет "Львівська політехніка"
Науковий керівник: к.е.н., проф. **Загородній А. Г**.
м. Львів

# СУТНІСТЬ ОСНОВНИХ ПІДХОДІВ ДО АНАЛІЗУ ПРОГРАМ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ НА ЕТАПІ ЇХНЬОЇ РЕАЛІЗАЦІЇ

Реалізація інноваційної програми є складним та довготривалим процесом, кожен з етапів якої може тривати декілька років. Саме тому рішення, які впродовж цього часу приймаються, мають стратегічну орієнтацію та критично важливі для забезпечення позитивних перспектив розвитку машинобудівного підприємства.

Світовою наукою та практикою напрацьовано два основні підходи до аналізу програм інноваційного розвитку на етапі їхньої реалізації:

1) функціональний – виконання інноваційних програм відповідно до функцій управління, які реалізовуються на кожному етапі: організація, планування, контроль, регулювання тощо;

2) процесний – акцентування на роботах, які виконуються на кожному етапі реалізації програми.

Відповідно до першого підходу М.В. Римар та Н.В. Ликун [1, с. 364] зосереджують увагу на таких функціях управління інноваційними програмами: планування (визначення мети та завдань інноваційної діяльності на основі поточних та перспективних планів розвитку підприємства, маркетингових та фінансових стратегій; аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства та ринку, можливостей і загроз, ризиків; вибір оптимальної альтернативи; конкретизація інноваційної програми; планування технічних, економічних та фінансових напрямів діяльності), організація (вибір інструментів реалізації інноваційної програми; визначення джерел фінансування та їх структури; узгодження термінів реалізації програми інноваційного розвитку підприємства), керівництво (добір кадрів, розподіл між ними функціональних обов'язків; визначення завдань, відповідно до плану реалізації інноваційної програми; розподіл фінансів), мотивація (використання стимулів для оптимізації процесу реалізації інновацій), контроль (зіставлення здобутих результатів із запланованими), оцінювання ефективності.

Водночас С.В. Князь на етапі реалізації інноваційної стратегії виокремлює такі види здійснюваних робіт: формування фондів інноваційних трансферних ресурсів для проведення НДДКР; інформаційне забезпечення виконавців; застосування матеріальних і моральних

засобів впливу на виконавців з метою прискорення отримання очікуваних результатів; дослідження характеру зміни ринкового попиту на інновацію; коригування обраної стратегії [2, с. 40].

Обидва підходи реалізації інноваційної програми не суперечать один одному, а більше того, взаємодоповнюють їх. На практиці їх реалізують паралельно, оскільки кожен з етапів є об'єктом впливу менеджерів та керівництва проектів і підґрунтям для застосування методів та механізмів управлінської діяльності.

Програми як інструмент управління з'являються тоді, коли виникає серйозна, великомасштабна проблема, вирішення якої вимагає вжиття особливих заходів, концентрацію зусиль, поєднання дій різних організацій. Це призводить до необхідності залучення до реалізації програми значного обсягу людських ресурсів з багатьох структурних підрозділів підприємства та чіткого визначення функціональних обов'язків кожного з цих підрозділів (табл. 1).

*Таблиця 1*

**Розмежування функцій структурних підрозділів підприємства за етапами реалізації інноваційної програми**

| Підрозділ | Функції |
|---|---|
| 1 | 2 |
| *1. Дослідницький етап (формування цілі, аналіз ринку, вивчення купівельної спроможності потенційних клієнтів)* | |
| Відділ захисту інтелектуальної власності | Аналіз забезпеченості підприємства інтелектуальною власністю |
| Відділ маркетингу | Аналіз ринку нового продукту та тенденцій його розвитку |
| | Оцінка конкурентного потенціалу продукту на основі нової або вдосконаленої технології |
| | Визначення рівня охоплення ринку |
| *2. Конструктивний етап (створення дослідного зразку, тестовий запуск у виробництво нового продукту, формування думки споживача про новий продукт)* | |
| Конструкторський відділ | Складання технічного завдання та технічної пропозиції нового продукту |
| | Розробка ескізного проекту продукту |
| | Розробка технічного проекту продукту |
| | Підготовка технічної документації |
| Відділ збуту | Розробка цінової стратегії |
| | Розрахунок додаткових витрат на матеріальні ресурси |
| Відділ головного технолога | Розрахунок витрат на технічне переобладнання виробництва і витрат, пов'язаних з придбанням, орендою або підготовкою нових виробничих площ |
| Відділ маркетингу | Розрахунок бюджету на рекламу інноваційної продукції в загальному рекламному бюджеті |
| | Розрахунок витрат, пов'язаних з реалізацією системи просування продукції на ринку |
| Відділ кадрів | Підбір та організація підготовки персоналу для реалізації інноваційної програми |
| | Розробка форм та системи оплати праці для персоналу зайнятого у здійсненні інноваційної діяльності |
| | Формування кадрового резерву |
| Економічний відділ | Оцінка економічних можливостей підприємства стосовно реалізації інноваційного проекту |
| | Розрахунок грошових коштів підприємства, спрямованих на НДДКР |

| | |
|---|---|
| | Розрахунок додаткових інвестицій в інженерно-конструкторські ресурси |

*Продовження табл. 1*

| 1 | 2 |
|---|---|
| *3. Комерційний етап (здійснення заходів з підготовки виробництва в промислових масштабах, здійснення пробних продажів)* | |
| Планово-економічний та фінансовий відділи | Оцінка впливу інвестицій на збільшення нематеріальних активів |
| | Оцінка впливу інвестицій на збільшення прибутку підприємства |
| | Оцінка впливу інвестицій на збільшення виручки підприємства |
| | Оцінка впливу інвестицій на збільшення чистого доходу підприємства |
| | Оцінка впливу інвестицій на збільшення середнього виробітку на одного працівника |
| *4. Дистрибутивний етап (запуск виробництва новинки в промислових масштабах, формування системи розподілу товару і використання цієї системи у зв'язку з виведенням продукту на ринок)* | |
| Планово-економічний та фінансовий відділи | Розрахунок значення показника, який відображає вплив проекту на приріст величини інтелектуальної власності |
| | Розрахунок значення показника, який відображає вплив проекту на приріст величини чистого прибутку |
| | Розрахунок значення показника, який відображає вплив проекту на приріст величини виручки від реалізації продукції |
| | Розрахунок значення показника, який відображає вплив проекту на приріст величини активів підприємства |
| | Розрахунок значення показника, який відображає вплив проекту на приріст продуктивності праці робітників |

Джерело: узагальнено та доповнено автором на основі досліджень Е.Ф. Козіна [3, с. 101-104].

Таким чином, варто підкреслити, що застосування синтезованого підходу до аналізу програм інноваційного розвитку на етапі їхньої реалізації дає змогу забезпечити ефективний проміжний контроль за реалізацією програми та максимізувати ефективність її результатів. Крім того, важливу роль у процесі реалізації програми інноваційного розвитку на підприємстві відіграє чітке розмежування функцій структурних підрозділів підприємства за етапами реалізації інноваційної програми, дотримання якого забезпечить ефективне впровадження програм інноваційного розвитку та оптимізацію використання трудових ресурсів.

## Список використаних джерел

1. Римар М.В., 2012. Етапи та принципи здійснення інноваційної діяльності підприємства. Проблеми економіки та управління : Вісник Національного університету "Львівська політехніка", 725, с. 360-365.

2. Князь С.В., 2010. Досягнення беззбитковості програм інноваційного розвитку на етапі проведення науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт. *Економіка та держава*, 4, с. 37-40.

3. Козин Э.Ф., 2012. Этапы и методы оценки эффективности инновационных проектов: структурные взаимосвязи. *Инновации*, 1 (159), с. 100-104.

**Бойко Оксана,** аспірант
кафедри менеджменту організацій
Львівського регіонального інституту державного управління
Національної академії державного управління при Президентові України,
Науковий керівник: д.е.н., професор ЛРІДУ НАДУ
Борщук Євген Михайлович.
м.Львів-Брюховичі,

# СТИМУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

Стабільна та успішна підприємницька діяльність, вихід на ринок нових підприємств, які створюють, впроваджують та генерують нові ідеї, продукти та технології, забезпечуючи при цьому населення робочими місцями, сприяють розвитку успішної країни та суспільства в цілому. І головним завданням влади у цьому процесі є забезпечення сприятливого середовища для розвитку бізнесу, нормативно-правове та інформаційне забезпечення його діяльності, підтримка підприємницьких ініціатив, розвиток інфраструктури ринку, створення умов для реалізації продукції вітчизняними виробниками, формування позитивного іміджу бізнесу, забезпечення сприятливого інвестиційного клімату. Без конкретних і ефективних правил, спрямованих на покращення взаємовідносин та рівність прав влади і бізнесу, підприємцям складніше створювати та розвивати малі та середні підприємства, які є основною рушійною силою на шляху до високоефективної економіки у будь-якій країні світу.

Відмітимо, що за даними Державної служби статистики України, у 2016 році в Україні налічувалося 1865530 суб'єктів господарювання. В структурі підприємств налічується 383 великих підприємств, 14832 середніх підприємств та 291154 малих підприємств (із яких 85 % складають мікропідприємства). Левову частку у структурі суб'єктів господарювання складають фізичні особи підприємці – це 1559161 суб'єктів [1].

За даними Держстату за 2016 рік, у секторі підприємництва було зайнято 8,1 млн. осіб, а це - 47% активного населення працездатного віку. Обсяг реалізованої продукції згаданими суб'єктами господарювання загалом у 2016 році склав 6726,7 млн. гривень[2].

Із наведених даних зрозуміло, що підприємництво є вкрай важливим для кон'юктури ринку та для економіки країни і необхідність стимулювання його розвитку набуває особливої актуальності.

Можна стверджувати, що важливим стимулом для розвитку малого підприємництва є спрощена система оподаткування. Власне, спрощена система і була основним стимулом розвитку малого бізнесу та запроваджувалася як інструмент його підтримки. В цілому, при

загальній тенденції до зменшення кількості великих та середніх підприємств, кількість малих підприємств і фізичних осіб-підприємців зростає, в тому числі і за рахунок подрібнення перших, та простішого ведення обліку за спрощеною системою.

Проте, зараз питання реформування спрощеної системи набувають особливої актуальності, адже уряд готує чергові глобальні зміни до податкового законодавства і спрощена система вже давно стала предметом гарячих дискусій її противників і захисників, позиції яких є абсолютно полярними, що не дає змоги досягти компромісу. Основними проблемами спрощеної системи є порушення конкуренції через різні умови оподаткування, використання системи тими, для кого вона не передбачена за своєю суттю (коли платник податку "подрібнюється" на кілька платників податків, які отримують доходи в межах, передбачених спрощеною системою) та недостатня деталізація обліку діяльності, що залишає можливості для використання її в сумнівних операціях. Однак, перевагою єдиного податку є забезпечення зайнятості населення за рахунок самозайнятих осіб і захист малого бізнесу від бюрократії загальної системи оподаткування. При цьому, спрощена система далеко не єдиний шлях стимулювання малих підприємців. У будь-якому разі, позиція держави з цього питання має бути належно реалізована, з розумінням того, що будь-які зміни спрощеної системи повинні бути невіддільними від реформування загальної системи оподаткування[3].

Зараз на часі є удосконалення податкової системи України, основними векторами якої має бути економічна стратегія на залучення іноземних інвестицій для стимулювання виробництва із запровадженням податкових пільг, особливо в «депресивних» регіонах, податкове стимулювання економічної активності суб'єктів підприємницької діяльності та розвиток інноваційних підприємств, спрощення податкової системи, зрозумілість податкових норм.

В умовах ринку держава впливає на розвиток економіки головним чином за допомогою фінансово-економічних методів і перш за все шляхом застосування відповідної системи оподаткування. Маневруючи податковими ставками, пільгами, змінюючи порядок оподаткування, держава створює певні передумови для прискореного розвитку пріоритетних галузей та виробництв, сприяє вирішенню актуальних для суспільства проблем. Розвинуті країни напрацювали значний досвід податкового регулювання та стимулювання розвитку економічної активності. Основними інституційними закономірностями і тенденціями формування стимулюючого потенціалу систем оподаткування у розвинутих державах визначено: витрати на адміністрування податків мають бути мінімальними; параметри системи оподаткування повинні відповідатиструктурній економічній політиці, орієнтуватися на чітко окреслені економічні цілі; податки мають досягати справедливого розподілу

доходів, не допускається подвійне оподаткування платників податків; обговорення проектів законів про оподатковування повинно носити відкритий і прозорий характер[4].

Важливим напрямом державної політики повинно стати створення сприятливого інституційного середовища для розвитку бізнесу. Як свідчить практика провідних європейських країн, організація інституційних змін, які активізують підприємництво, втілюється у наступному: доступне кредитування та пільгові програми для підприємців, створення оптових ринків для реалізації продукції вітчизняних товаровиробників, розвиток інфраструктури інноваційних технологій, стратегія на залучення іноземних інвестицій для стимулювання виробництва, публічність у діях влади та взаємна співпраця влади та бізнесу.

Аналіз загальносвітової практики доводить, що ефективна діяльність різноманітних інституцій громадянського суспільства (асоціацій, об'єднань, профспілок) знижує вірогідність прийняття несприятливих для підприємницького середовища рішень органами влади. А слід визнати, що в Україні багато законопроектів приймаються в інтересах окремих комерційних структур і в цілому вітчизняні реформи не передбачали цілеспрямованих заходів із створення відповідної правової інфраструктури, шляхом запровадження необхідних законодавчих актів для забезпечення правопорядку у підприємницькій сфері і надійного захисту прав власності, що , відповідно, не створювало умов для ефективного функціонування і конкурентного розвитку суб'єктів господарювання усіх форм власності [5].

Таким чином, головним завданням влади задля забезпечення економічного зростання в Україні є прийняття ефективних управлінських рішень для забезпечення припливу інвестицій в економіку та стимулювання підприємництва, а це можливо лише за рахунок підвищення інвестиційної привабливості в країні, легкості провадження бізнесу, захисту права власності, справедливої податкової та судової системи, спрощення дозвільних процедур, чітких та зрозумілих «недвозначних» у трактуванні законів, відкритості влади та подолання корупції.

**Список використаних джерел**


1. Державна служба статистики України. Національні показники [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ukrstat.gov.ua/
2. Державна служба статистики України. Національні показники [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ukrstat.gov.ua/
3. Ю.Федчишин. Спрощена система: скасувати не можна задишити. / Федчишин Ю.// [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://dt.ua/finances/sproschena-sistema-skasuvati-ne-mozhna-zalishiti-_.html

4. І.Л.Загреба. Податкове стимулювання розвитку підприємств. /Загреба Л.І.// Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки, 2013. №24. С.232-237.
5. Т.Б.Матолич. Інституційне середовище підприємницької діяльності в Україні та його вплив на трансакційні витрати суб'єктів підприємництва. /Матолич Т.Б.// Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. 2011. № 2 (47). С. 146-151.

**Черничко Тетяна,** д.е.н., професор
**Ляшенко Ірина,** студент
кафедри бізнес-адміністрування, менеджменту та маркетингу
ДВНЗ «Ужгородський національний університет»,
м. Ужгород

# ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ЧИННИК ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Важливою економічною характеристикою, яка концептуально обґрунтовується в теоретичних і практичних дослідженнях, є конкурентоспроможність. Дана багатовекторна категорія охоплює велику кількість показників (ефективність виробництва, рівень науково-технічного розвитку, імідж і цінність торгових марок, здатність захоплювати, утримувати і збільшувати займаний сегмент ринку, організованість, професіоналізм та оперативність органів державного управління, правова забезпеченість та надійність), які впливають на поліпшення добробуту населення держави та використовуються в різних випадках в залежності від постановки завдань.

Важливою економічною характеристикою, яка концептуально обґрунтовується в теоретичних і практичних дослідженнях, є конкурентоспроможність. Дана багатовекторна категорія охоплює велику кількість показників (ефективність виробництва, рівень науково-технічного розвитку, імідж і цінність торгових марок, здатність захоплювати, утримувати і збільшувати займаний сегмент ринку, організованість, професіоналізм та оперативність органів державного управління, правова забезпеченість та надійність), які впливають на поліпшення добробуту населення держави та використовуються в різних випадках в залежності від постановки завдань.

Базою для розуміння сутності визначення конкурентоспроможності компанії є дослідження М. Портера, який розробив теорію конкурентної переваги, згідно з якою конкурентоспроможність підприємства може бути оцінена у межах груп підприємств, які належать до однієї галузі [1]. На думку М. Портера конкурентоспроможність підприємства відображає відносний рівень ефективності використання усіх видів наявних у цього підприємства ресурсів. Конкурентоспроможність виступає порівняльною характеристикою підприємства, яка відбиває різницю між рівнем ефективності використання на ньому всіх видів ресурсів порівняно до аналогічних показників інших підприємств певної однотипної групи.

Відповідно до теорії М. Портера, конкуренція – це динамічний процес, що розвивається і основується на інноваційній діяльності та постійних відновленнях технологій. Таким чином, щоб пояснити значення конкурентоспроможності на міжнародному ринку, потрібно досліджувати яким чином компанії покращують якість факторів, підвищують рівень ефективності від їх застосування та впроваджують нові.

Застосовуючи створену ним теорію корпоративної стратегії до національного рівня [2], він доводить, що переваги, а відповідно і конкурентоспроможність країни, виникають не через інтенсивність використання специфічних факторів, якими в надлишку наділена країна, а через зусилля фірм по створенню та поширенню інновацій. Більш того, М.Портер здійснив ряд спроб розробки системи показників, яка б стала орієнтиром у розробці державної конкурентної політики.

П. Кругман стверджує, що «…конкурентоспроможність – це атрибут компаній» [3] та вважав, що явище конкурентоспроможності – це ніщо інше, як продуктивність використання факторів виробництва.

Протягом останніх років інформаційні технології стали одним знайважливіших чинників, що впливає на конкурентоспроможність підприємств.

Розвиток інформаційних технологій створює принципово новіможливості для менеджменту та генерує конкурентні переваги підприємства. Володіннясвоєчасною та достовірною інформацією – одна з головних умов забезпеченняжиттєдіяльності підприємства в умовах обмеженості ресурсного забезпечення,невпорядкованості конкурентного середовища. Успішне функціонування підприємства всучасних умовах господарювання залежить, перш за все, не від вдосконаленнявнутрішньогосподарської діяльності, а, головним чином, від того, наскільки інформаційнітехнології задовольняють вимоги системи управління [4].

Інформаційні технології за Портером та Міллером впливають на конкуренцію трьомаспособами:

1. ІТ здатні змінювати структуру галузі і за рахунок цього встановлювати новіправила конкуренції.

2. Створюють конкурентну перевагу, надаючи компаніям новіможливості перевершити конкурентів у продуктивності.

3. ІТ породжує абсолютно новівиди бізнесу, часто на основі вже існуючих в компанії процесів і операцій. Зважаючи натенденції розвитку сучасних інформаційних технологій виділяють і четвертий спосіб –гнучкість інфраструктури ІТ. ITIF (Information Technology Infrastructure Flexibility)забезпечує організаціям динамічні взаємопов’язані організаційні

відносини (IORS),реінжиніринг бізнес-процесів (BPR), диверсифікацію продуктів і послуг та масштабованість.

Отже, ефективне управління конкурентоспроможністю підприємств на основіінформаційних технологій повинно базуватися на потребах бізнесу, що мають бутиконвертовані в технічні, організаційні і економічні вимоги до побудови інформаційно-організаційного дизайну підприємства.

При впровадженні нової інформаційної технології на підприємстві необхідно оцінитиризик відставання від конкурентів у результаті її неминучого старіння з часом, тому щоінформаційні продукти, як ніякі інші види матеріальних товарів, мають надзвичайно високушвидкість змінюваності новими видами або версіями. Періоди змінюваності коливаютьсявід декількох місяців до одного року. Якщо в процесі впровадження нової інформаційноїтехнології цьому фактору не приділяти належної уваги, можливо, що до моментузавершення переходу підприємства на нову інформаційну технологію вона вже застаріє іприйдеться вживати заходів до її модернізації. Такі невдачі з впровадженням інформаційнихтехнологій звичайно пов'язують з недосконалістю технічних засобів, тоді як основноюпричиною невдач є відсутність або слабка пропрацьованість методології використанняінформаційної технології [5].

**Список використаних джерел**

1. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов/Майкл Е. Портер; Пер. с англ. – М.: Альпина БизнесБукс, 2005. – 454 с.

2.Портер М. Международная конкуренция. Конкурентныепреимущества стран / М. Портер: пер. с англ. / Под ред. и с предисл. В. Д.Щетинина. – М.: Международные отношения, 1993. – 896 с.

3. Кругман П.Р. Международная экономика: Теория и политика/ П.Р. Кругман. – М.: Юнити, 2000. – 769 с.

4. Гордієнко І.В. Інформаційні системи і технології в менеджменті: [навч.-метод.посібник для самост. вивч. дисц.] / І.В. Гордієнко. – К.: КНЕУ, 2003. – 259 с

5. Гудзь О. Є. Роль інновацій щодо забезпечення конкурентоспроможності таефективності підприємства / О. Є. Гудзь // Вісник ХНТУСГ: Економічні науки. – Харків:ХНТУСГ, 2015. – Вип. 161. – 326 с.

**Чік Марія,**
к.е.н., доцент кафедри бухгалтерського обліку
Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

# ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ БЕРЕЖЛИВОГО ОБЛІКУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

У сучасних умовах господарювання бережливий облік є підходом до управління системи організації бухгалтерського обліку на підприємстві, метою якого є підвищення якості обліку за рахунок скорочення витрат. Цей підхід поширюється на всі сфери діяльності підприємства – від проектування і виробництва, до збуту продукції.

Принципи lean обліку (lean системи) були розроблені японськими компаніями в кінці 1980-х, початку 1990-х років. Підхід системи lean ставить собі за мету скоротити дії, які не додають цінності інформації, що формується в системі обліку, і не тільки, оскільки lean система поширюється й на інші процеси діяльності на підприємстві.

Сьогодні інтерес до lean обліку стрімко зростає. Багато підприємств починають освоювати прості інструменти і методи lean обліку, а деякі вже отримують непогані результати, які обчислюються у зростанні економічного ефекту. Разом зі зростаючим інтересом росте і знана кількість питань про принципи організації lean обліку.

За результатами дослідження встановлено, що не існує певного набору саме "принципів lean обліку". Не дивлячись на те, що в різних джерелах інформації вони згадуються в різних кількостях і різній інтерпретації, найбільш поширеними є 12 принципів організації lean обліку.

Перші принципи, найбільш тісно пов'язані з lean виробництвом, були сформульовані доктором Едвардсом Демінгом ще в середині минулого століття і згодом вони стали основною принципів організації lean обліку. Як відомо Е. Демінг довгий час після Другої світової війни працював в Японії і ці принципи поступово стали принципами виробничої системи Тойота (TPS – Toyota Production System). Тойота вважається родоначальником бережливого виробництва. Принципи, сформульовані Е. Демінгом і адаптовані компанією Тойота, так само стали відомі як «принципи виробничої системи Тойота». Нижче представлена їх характеристика з адаптацією до організації обліку:

1. При організації обліку приймай рішення з урахуванням довгострокової перспективи, навіть якщо це завдає шкоди короткостроковим фінансовим цілям. Необхідно використовувати системний і стратегічний підходи при постановці мети, при цьому всі оперативні облікові рішення повинні бути підпорядковані такому підходу.

2. Обліковий процес у вигляді безперервного потоку інформації сприяє виявленню проблем. Необхідно скоротити до мінімуму час, при якому облікові дані знаходяться на підприємстві без опрацювання, аналізу та відповідного прийняття на їх основі ефективних рішень.

3. Організація обліку повинна сприяти своєчасному та достовірному формуванню та наданні інформації внутрішнім і зовнішнім користувачам для прийняття останніми рішень. При цьому основний підхід повинен бути наступним – "точно в строк", тобто облікова інформація має економічну цінність саме на той момент, коли вона необхідна менеджеру (керівнику).

4. Розподіляй обсяг робіт (права, обов'язки, відповідальність) працівників облікової служби рівномірно (хейдзунка).

5. Організуй «відпочинок» для працівників облікової служби у вигляді семінарів, конференцій, круглих столів, симпозіумів, якщо це призведе до зростання якості облікової інформації. Необхідно розробити візуальну систему повідомлення лідера команди і її членів про те, що облікові дані можуть бути змінені під впливом прийняття нових нормативно-правових актів, внесення змін до діючого законодавства чи створення нової методики і організації ведення обліку на підприємстві.

6. Стандартні облікові завдання – основа безперервного вдосконалення і делегування повноважень співробітникам облікової служби. Не потрібно забороняти творче самовираження облікових працівників, що спрямоване на підвищення ефективності формування облікової інформації,.

7. Використовуй візуальний контроль при організації обліку, щоб жодна проблема не залишилася непоміченою. Необхідно використовувати прості візуальні підходи, щоб допомогти працівникам оперативно визначити, де вони відхиляються від загальноприйнятих норм і принципів опрацювання облікових даних.

8. Використовуй тільки надійне програмне забезпечення обліку.

9. Виховуй лідерів в обліковій службі, які досконало знають свою справу, дотримуються філософії підприємства і можуть навчити цьому інших.

10. Формуй команди з працівників не тільки облікової служби, які дотримуються філософії підприємства.

11. Поважай своїх партнерів і контрагентів, став перед ними конкретні завдання і допомагай їм удосконалюватися при виникненні економічних відносин з підприємством.

12. Щоб розібратися в обліковій ситуації, треба побачити все «своїми очима».

13. Приймай облікові рішення не кваплячись, на основі консенсусу, зваживши всі можливі варіанти; впроваджуючи його, не зволікай.

14. Станьте організаційно-обліковою структурою, що навчається за рахунок невпинного самоаналізу і безперервного вдосконалення

Крім Е. Демінга існувало чимало інших вчених, які внесли свій вклад у підвищення ефективності бізнес-процесів, доповнили принципи lean виробництва, які існують у даний час. Провідний вчений – Г. Емерсон описав "lean принципи", що не суперечать, але доповнюють принципи Е. Демінга. Таким чином кожне підприємство, може вибирати собі найбільш прийнятні принципи, притаманні лише її організаційно-технологічним особливостям діяльності.

Принципи lean обліку є основою функціонування будь-якого "lean" підприємства. Доцільно виділяти принципи lean обліку конкретної виробничої системи, конкретного підприємства, а не досліджувати принципи lean обліку в загальному на підприємстві. Оскільки один і той же принцип впроваджений на одному підприємстві, буде інтерпретований по іншому – на іншому підприємстві, тобто в нього буде вкладено інший сенс і інші дії для подальшого впровадження.

**Список використаних джерел**

1. Maskel Brian H. What is Lean Accounting / Brian H. Maskel : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.maskell.com/leanAcctg.htm.

2. Maskel Brian H. Lean Accounting: What's it All? / Brian H. Maskel, Bruce L. Baggaley : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.aicpa.org/InterestAreas/Business IndustryAndGovernment/Resources/Pages/ default.aspx.

3. McVay G. Accounting In The Lean Enterprise Book/ G. McVay. – CRC Press, 2013. – 196 p.

**Дем'янів Віктор,** студент
Науковий керівник: Степанюк Г. С., к.е.н.
доцент кафедри менеджменту і адміністрування
Івано-Франківського національного університету нафти і газ
м.Івано-Франківськ

# УПРАВЛІННЯ РИНКОВОЮ ПОВЕДІНКОЮ ПІДПРИЄМСТВА ІЗ СЛАБКОЮ РИНКОВОЮ ПОЗИЦІЄЮ (НА ПРИКЛАДІ ТОВ «КЛЕНОВИЙ ЛИСТ»)

У сучасних умовах на світовій арені відбувається посилення конкуренції, внаслідок чого керівники підприємств знаходяться у постійному пошуку нових (адекватних умовам конкуренції) інструментів управління підприємством і шляхів підвищення конкурентоспроможності.

У ринковій економіці підприємство самостійно планує основні напрямки та умови своєї діяльності, розпоряджається трудовими, матеріальними та фінансовими ресурсами, воно саме вибирає ділових партнерів. Отже, перед підприємством постійно стоїть задача вибору. Такий вибір для підприємства передбачає аналіз теоретичних досліджень основних закономірностей: відсутність дефіциту товарів і послуг, встановлення ціни продажу на рівні суспільних витрат виробництва, поліпшення якості товарів і послуг в умовах конкуренції, безперервний процес удосконалення форм продажу товарів і закріплення на ринку збуту, постійний відбір виробників, створення ринком умов, за яких виробляється лише та продукція, яка потрібна суспільству. Щоб досягнути успіху і ефективно функціонувати на ринку, підприємству необхідно визначити концепцію власної ринкової поведінки.

Проблема дослідження ринкової поведінки підприємства і формування адекватних підприємницьких реакцій є синтетичною, міждисциплінарною, яка охоплює ряд галузей економічних знань: економічну теорію, теорію організації промисловості, маркетинг, менеджмент, економіку підприємства, стратегічне управління, управління фінансами та інвестиціями тощо.

Нестача в Україні теоретичних і практичних методів діяльності в умовах сильної конкуренції, досягнення і підтримання рівня ринкової позиції підприємства стримує розвиток вітчизняних підприємств і економіки загалом, що і зумовлює актуальність вивчення цієї проблеми.

*Управління ринковою поведінкою підприємства (РПП)* – відносно нова сфера для українських підприємств. Становлення ринкової економіки в Україні зумовлює зміни в системі управління підприємствами, адекватні зовнішньому конкурентному середовищу.

РПП, як об'єкт управління, є сукупністю взаємопов'язаних елементів, спрямованою на забезпечення сильних конкурентних позицій, підтримання наявних і створення нових конкурентних переваг [1, с.102].

*Під управлінням РПП* також розуміють аспекти виконання загальних функцій управління, які визначають стратегію і політику у сфері створення й реалізації конкурентоспроможних товарів, цілі й відповідальність у цій сфері діяльності суб'єкта господарювання, що реалізуються за допомогою таких засобів, як планування РПП, оперативне управління нею, її забезпечення й підвищення в рамках системи РПП. При цьому суб'єктом управління РПП вважають систему РПП як інструмент управління нею, а об'єктом – техніко-економічний процес, у ході якого під час створення продукції формуються її конкурентні переваги [2, с.19-20].

Досягнення високого рівня РПП підприємства можливе лише під час використання системного підходу до управління РПП. Під системою управління РПП розуміють сукупність організаційної структури, методик, процесів і ресурсів, необхідних для створення й реалізації умов, які, своєю чергою, сприятимуть створенню конкурентних переваг для підприємства у теперішньому чи майбутньому бізнес-середовищі [3, с.42-43].

Управління РПП являє собою процес із семи етапів: 1) реалізації функцій; 2) формування методів; 3) формалізація методів; 4) аналіз конкурентного потенціалу і можливостей досягнення цілей; 5) формування стратегічних альтернатив і вибір стратегії РПП; 6) забезпечення взаємоузгодженості елементів внутрішнього середовища; 7) здійснення заході із реалізації стратегії РПП.

Для досліджуваного об’єкта ТОВ «Кленовий лист» (м. Кременчук) було здійснено аналіз 5-ти конкурентних сил за М. Портером, в результаті якого помітно, що найбільший вплив на його діяльність чинять постачальники, галузеві та потенційні конкуренти, споживачі, дещо менший влив здійснюють товари-замінники.

Одними із основних конкурентів ТОВ «Клиновий лист» є компанія «ВінДом» та компанія ТОВ ««ВТК» Інтер-Пласт».

Згідно попередньої інформації та розширеного SPACE-аналізу це підприємство займає слабку позицію на ринку металопластикових конструкцій, тому йому потрібно дотримуватись відповідної для таких випадків стратегії, а саме завдяки своєму фінансовому потенціалу направити свої механізми на збільшення кількості послуг, цінову війну з конкурентами, освоєння нових секторів ринку та просування бренду ТОВ «Кленовий лист».

Для ефективного управління РПП доцільно обрати конкурентну стратегію зростання, а саме інтенсивного зростання, яка передбачає стратегії глибокого проникнення на ринок, розвитку ринку та розвитку товару.

Стратегія глибокого проникнення на ринок збільшення обсягів збуту та ринкової частки даного підприємства без зміни його товарного-ринкових відносин. Дану стратегію можна реалізувати за допомогою такого напряму, як залучення до товарів нашої організації нових споживачів на існуючому ринку збуту.

Стратегія розвитку ринку означає адаптацію існуючих товарів чи послуг даної фірми до нових ринків збуту, наприклад, заснувати філію ТОВ «Кленовий лист» в інших містах.

Стратегія розвитку товару означає модифікацію товару ТОВ «Кленовий лист» або його якісних параметрів, а саме розширення асортиментної лінії, створення хорошого іміджу, надання більшої кількості сервісних послуг для існуючого кола споживачів даної фірми.

За М. Портером про конкурентні переваги фірми на ринку для ТОВ «Клиновий лист» підходить стратегія диференціації, яка передбачає досягнення нашою фірмою певних конкурентних переваг у задоволенні певних аспектів потреб споживачів.

Отже, розглянувши теоретичні основи управління ринковою поведінкою та проаналізувавши діяльність ТОВ «Кленовий лист» як такого, що займає слабку позицію було запропоновано стратегії для її покращення.

**Список використаних джерел:**


1. Осовська Г.В., Фіщук О.Л., Жалінська І.В. Стратегічний менеджмент: Навч. посібник. – К.: Кондор, 2003. - 196 с.
2. Барабась Д.О. Конкурентний потенціал і конкурентоспроможність підприємства: суть, співвідношення та етапи оцінювання // Маркетинг: теорія і практика: Матеріали V міжнар. науково-практичної конференції, 25–26 травня 2001 р. – К.: КНЕУ, 2001. – с. 19–20.
3. Білорус О., Рогач В., Чехарда А. Менеджмент підприємства в умовах стратегічних несподіванок // Економіка України.-2002.- №2. с. 42-46.

**Дорош О.І.,** к.е.н., доцент
Національний університет «Львівська політехніка»
**Вовчанська І.М.,** студент
Інститут економіки і менеджменту
Кафедра зовнішньоекономічної та митної діяльності
Національний університет «Львівська політехніка»
м. Львів

# СУТНІСТЬ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА ТА ІСТОРИЧНІ ЕТАПИ ЙОГО РОЗВИТКУ

На сьогоднішній день в Україні існує багато соціальних проблем в різних сферах, які потребують пошуку шляхів вирішення. Соціальне підприємництво вирішує низку питань щодо зменшення рівня безробіття, залучення до соціальних проектів та захисту населення.

Соціальне підприємництво досліджували у своїх працях низка науковців, таких як: М.Баталіна, Ф. Бородкін, Н. Доброва, Н. Коваленко, А. Московська,М. Наумова, Ю. Попов, О. Сотула, Л. Тарадіна. Соціальне підприємництво почало активно розвиватися наприкінці 1980-х років, в Італії. Причиною цього розвитку стало поширення кооперативного руху. В той час існували дві групи кооперативів, одна з яких надавала послуги у сфері охорони здоров`я, освіти, догляду за інвалідами, інша група займалась послугами з працевлаштування незахищених верств населення. В результаті, на законодавчому рівні було врегульовано діяльність цих кооперативів.

Щодо України, то соціальні підприємства почали створюватися з 1991 року, проте тоді вони були зосереджені на працевлаштування людей з особливими потребами і не називалися соціальними підприємствами. Більшої популярності соціальні підприємства почали набирати у 2004 році, завдяки грантовій програмі UCAN, яка почала проводити навчання та надавати гранти на розвиток таких проектів[1].

Проте, в літературних джерелах науковцями не виділено чіткої єдності щодо трактування поняття «соціальне підприємство» та «соціальне підприємництво». Ці поняття часто ототожнюють з поняттям «соціально відповідальне підприємство». Отже, в чому ж відмінність? Якщо підприємство займається господарською діяльністю, основною метою якої є отримання прибутку, проте, періодично частину своїх доходів спрямовує на певні благодійні проекти, то таке підприємство є соціально відповідальним. Основою метою соціального підприємства є вирішення конкретної соціальної проблеми і це прописується в статутних документах.

Соціальне підприємництво - це підприємницька діяльність неприбуткової організації, дохід від якої спрямовується на реалізацію цілей цієї організації, тобто вирішення певних соціальних проблем. Як зазначав директор Британської Ради в Україні Саймон Вільямс: «Наша мета – успішний прибутковий бізнес для задоволення потреб суспільства». Варто зазначити, що соціальне підприємництво віддає перевагу створенню саме соціальних цінностей, а не економічних, що створюються іншими формами підприємництва. Щодо джерел фінансування, то в більшості соціальних підприємств єдиним джерелом фінансування є комерційна діяльність. Існують також підприємства які фінансуються за рахунок отримання грантів, або залучення кредитів [2].

Прикладом соціального підприємництва у Львові може бути Майстерня оббивки м‘яких меблів спільноти взаємодопомоги «Оселя». Вони одні з перших в Україні почали підтримувати бездомних, і створили спільноту, де разом живуть, працюють та ведуть господарську діяльність ті, що опинились в скрутному становищі.

Проблемами розвитку соціального підприємництва в Україні найперше є відсутність нормативно-правової бази, що регулювала б діяльність соціальних підприємств. Ще однією проблемою є те, що в освітніх програмах вищих навчальних закладів не передбачено навчання соціальному підприємництву, це призводить до того, що недостатньо інформації про такий вид підприємництва та можливості які воно відкриває для суспільства та особистої реалізації. Для пришвидшення розвитку соціального підприємництва в Україні, слід: [1]

1. Створити відповідну законодавчу базу, яка визначала б критерії соціального підприємництва та механізми його регулювання.
2. Започаткувати освітні програми навчання для здійснення соціального підприємництва.
3. Активно поширювати інформацію в ЗМІ, соціальних мережах про соціальне підприємництво.
4. Створити сприятливі кредитні програми для залучення коштів для формування соціальних підприємств.

Перспективи розвитку соціального підприємства є оптимістичними. Такий тип підприємств потрібен державі, оскільки дає можливість економити бюджетні кошти, які спрямовуються на соціальну сферу. У Європі держава активно підтримує соціальні підприємства. Також зацікавленими у соціальному підприємництві є незахищені верстви населення, які за допомогою підприємців можуть стати хорошим трудовим ресурсом, та створювати конкурентну продукцію.

**Список використаних джерел**

1. Наумова М. Сутність соціального підприємництва та його роль у соціально-економічному розвитку суспільства / М. Наумова // Україна: аспекти праці. - 2014. - № 4. - С. 34-39.2.
2. Коваленко Н.С. Соціальне підприємництво: сучасні тенденції. [Електронний ресурс] - Режим доступу: http://bo0k.net/index.php?p=achapter&bid=2388&chapter=1

**Дорошкевич Катерина, к.е.н.,**
доцент кафедри менеджменту і міжнародного підприємництва,
**Вороновська Марта, к.е.н.,**
старший викладач кафедри менеджменту і міжнародного підприємництва
Національний університет «Львівська політехніка», м. Львів

# МЕНТОРИНГ: СУТНІСТЬ ТА ЗНАЧЕННЯ ДЛЯ СТИМУЛЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРАЦІВНИКІВ ПІДПРИЄМСТВ

Як відомо, інноваційна діяльність вітчизняних підприємств перебуває на етапі розвитку: інноваційна активність підприємств є низькою; інноваційні витрати спрямовані не на дослідження і розробки, а придбання машин, обладнання та програмного забезпечення; фінансування відбувається за рахунок власних коштів підприємств тощо. У загаданих умовах підвищуєтьсязначення творчої діяльності працівників,зростає важливість генерування креативних ідей та спонукання винахідливої активності, чим актуалізується значення мотивування працівників.

Як відомо, процес мотивування передбачає використання дієвих стимулів діяльності працівників, які можуть бути матеріальними та нематеріальними. В умовах інноваційного розвитку домінують нематеріальні стимули діяльності працівників, до яких зараховують: обрання членства у наукових установах, участь у конференціях, можливість вільного обрання напряму наукових досліджень тощо. Даний перелік не є вичерпним, у практиці управління підприємствами виникають усе нові (інноваційні) методи стимулювання працівників підприємств, які слід дослідити ретельніше.

Як метод нематеріального стимулювання інноваційної діяльності працівників підприємств пропонуємо застосувати менторинг. У економічній літературі менторинг розглядається як один із методів навчання та розвитку персоналу, під час якого більш досвідчений працівник (ментор) ділиться знаннями зі своїми колегами (менті) протягом певного часу [1]. Як різновид наставницької діяльності або один із методів менторингу у економічній літературі часто згадується коучінг. Проте між коучінгом та менторингом є відмінність. Вона полягає у способах забезпечення процесу, незважаючи на єдність мети та цілей такої діяльності. Менторинг здебільшого стосується допомоги, надання консультацій та розроблення моделей поведінки з боку старшого колеги [2]. Завдання менторингу та коучінгу мають різний рівень складності. Особливістю менторингу є те, що він формує особисту прив’язаність та зацікавленість менті, підвищує його мотивацію до професійного зростання. Нерідко у результаті менторингу між його учасниками формуються тісні зв’язки

та дружні стосунки. Також менторинг є ефективним методом навчання обох сторін, а не лише менті, як це передбачено процесом коучінгу.

Отже, менторингова діяльність призначена для вирішення проблем діяльності підприємства шляхом навчання одних працівників та нематеріального стимулювання інших. Її сутність можна визначити як метод навчання та розвитку персоналу, під час якого більш досвідчений працівник ділиться знаннями зі своїми колегами протягом певного часу.

Існують такі види менторингу:

- за способом проведення: індивідуальний (ментор взаємодіє із менті індивідуально), груповий (ментор взаємодіє із групою менті), колективний (група менторів взаємодіє із колективом підприємства);

- за ознакою способу та мети здійснення: формальний (структурований менторинг, з домінуванням відносин керівник–підлеглий, що передбачає обов'язкову участь), неформальний (передбачає відносини вільного вибору між ментором та менті, здійснюється спонтанно), напівформальнийменторинг (містить риси обох видів);

- за напрямом: прямий (класичний відповідно до якого наставницька діяльність виконується від вищих рівнів управління до нижчих) і зворотній, при якому ментором є менеджер нижчого рівня управління, ніж його менті [3, 4].

Водночас менторинг як форма стимулювання інноваційної діяльності працівників підприємств шляхом їх навчання та розвитку володіє перевагами на недоліками, знання яких важливе для підвищення результативності менторингової діяльності та отримання очікуваних результатів мотиваційних процесів підприємства в умовах інноваційного розвитку.

Так, менторинг дозволяє забезпечити персоналізований метод навчання працівників, надати їм інструмент до саморозвитку, сприяти заохоченню до праці та зменшенню плинності кадрів тощо. Як недолік слід відзначити те, що менторинг характеризується значною суб'єктивністю, процес його впровадження є довготривалим та вимагає забезпечення відповідних організаційних умов.

**Список використаних джерел**

1. The Similarities and Differences between Coaching and Other Targeted InterventionsAngelina Rosha, Information Systems Management Institute 2013/24 p. 119-126

2. Chapter Bylaws [Електронний ресурс]. The International Coach Federation Russia Chapter - Режим доступу:http://www.icfrussia.ru/mezhdunarodnaya-sertifikatsiya-icf/mentoring-i-superviziya/

3. Яншина Т. Підходи до навчення обдарованих дітей / Т. Яншина // Навчання і виховання обдарованої дитини. - 2013. - Вип. 1. - С. 322-329. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nivoo_2013_1_41

4. Сундукова Т.О. Менторинг, эдвайзинг и консультирование как инноыционные образовательные технологии /Т.О. Сундукова, Г.В. Ваныкина // Инновации в образовательном пространстве: опыт, проблемы, перспективы: сб. науч. ст. [Электронный ресурс] / отв. и научн. ред. В.А. Адольф; Сибирский федеральный университет. – Красноярск, 2016. – 217 с.

**Філіна Світлана**, к.е.н,
старший викладач
**Шкіль Владислав**, магістр
ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

# ЕЛЕМЕНТИ СИСТЕМИ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА ЯК СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ КАТЕГОРІЇ

Для вирішення соціально-економічних проблем країни необхідно підняти продуктивність праці, поліпшити його якість. Це залежить від багатьох факторів, в числі яких одне з найважливіших місць займає мотивація праці персоналу. На сьогодні перед керівництвом підприємств все частіше постає проблема як у наш час примусити персонал працювати найбільш продуктивно і з повною самовіддачею своїх зусиль (знань, навиків, компетенцій тощо) для забезпечення ефективної діяльності підприємства. На українських підприємствах головним мотиваційним чинником для працівників є заробітна плата. Але, щоб досягти реального ефекту від заробітної плати як стимулюючого фактора необхідно пов'язати заробітну плату із продуктивністю праці, освітою, кваліфікацією, посадою, загальним стажем та досвідом роботи працівника, дотримуватися принципу справедливості.

До основних складових системи мотивації персоналу відносять: заробітну плату, соціальні гарантії, участь працівників в управлінні підприємством, ротацію персоналу, особисте та публічне визнання в колективі, соціально-психологічний клімат колективу.

Актуальність питання обумовлена тим, що від мотивації залежить не тільки підвищення соціальної активності працівників, але й кінцевий результат діяльності підприємства.

Система мотивації персоналу є однією з важливих складових як системи управління персоналом, так і системи безпеки підприємницької діяльності. Правильно розроблена система мотивації дозволяє не тільки активізувати потенціал людини в напряму досягнення мети, але і приносить задоволення працівнику в процесі праці через задоволення його потреб і забезпечує безпечні умови діяльності всього підприємства.

Система мотивації персоналу на рівні підприємства повинна базуватися на таких вимогах [1, с. 179]:

надання однакових можливостей щодо зайнятості та посадового просування за критерієм результативності праці;

узгодження рівня оплати праці з її результатами та визнання особистого внеску в загальний успіх;

створення належних умов для захисту здоров'я, безпеки праці та добробуту всіх працівників;

забезпечення можливостей для зростання професійної майстерності, реалізації здібностей працівників;

підтримування в колективі атмосфери довіри й зацікавленості в реалізації загальної мети.

Структура системи мотивації персоналу включає в себе мету та елементи мотивації (суб'єкти та об'єкти; потреби, інтереси, мотиви, цінності; інструменти мотивації (матеріальні, нематеріальні)), вплив зовнішнього і внутрішнього середовища (рис. 1) [2, с. 100].




Рис. 1. Складові системи мотивації персоналу підприємства

Отже, враховуючи всю складність та інтегрованість описаних вище процесів, практичне завдання системи мотивації праці на підприємстві зводиться до підбору засобів та методів ефективного впливу, а також формування гнучких моделей та механізмів орієнтації персоналу на результативну діяльність.

До системи мотивації та стимулювання праці персоналу, повинні бути застосовні наступні вимоги: комплексність стимулів; диференційованість стимулюючого впливу; справедливість заохочень; інформованість про діючу систему стимулювання; громадська гласність; гнучкість використання; оперативність застосування; співпричетність працівників в організації стимулювання праці; гарантованість стимулюючого впливу; періодичність використання; рівність можливостей; відчутність застосування; поступовість зміни [3, с. 5].

Лише дотримання всіх перерахованих вище вимог при реалізації системи мотивації персоналу в організації дозволить вирішити з максимально ефективним результатом поставлені завдання організації.

Таким чином, ефективна організація системи мотивації персоналу є важливим чинником прогресу та розвитку підприємства. Система мотивації повинна бути орієнтована на кінцевий результат, мати справедливий характер та бути простою та зрозумілою для кожного працівника. Система мотивації повинна бути гнучкою, керованою і змінюваною. При зміні ситуації на ринку чи всередині підприємства, цілей або завдань керівники повинні приймати негайні рішення, пов’язані з оптимізацією й пристосуванням мотиваційного управління на підприємстві до нових змін зовнішнього та внутрішнього середовища. Загалом, система мотивації праці на підприємстві відіграє одну з провідних ролей з усіх внутрішніх факторів, що впливають на розвиток підприємства, організації. Саме правильне стимулювання робітників і вдале мотивування до виробничої діяльності дає внутрішній поштовх для більш ефективного виробництва та зрештою більш ефективного функціонування підприємства.

**Список використаних джерел**

1. Співак В. В. Мотивація як засіб ефективного менеджменту персоналу підприємств [Текст] / В. В. Співак // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2010. – № 6. - С.178-181.

2. Иваненко Л. В. Управление мотивацией персонала [Текст] : [учебное пособие] / Л. В. Иваненко, А. В. Филатова; Самар. гос. ун-т, каф. экономики города и муницип. упр. - Самара : Самарский ун-т, 2013. - 141 с.

3. Долішній І. М. Мотивація персоналу як об'єкт управління на підприємстві [Електронний ресурс] / І. М. Долішній, А. В. Колодійчук. – Режим доступуhttp://www.nbuv.gov.ua/portal/chem_biol/nvnltu/20_5/211_Dolisznij_20_5.pdf. - Заголовок з екрану.

**Ганас Любов,** к.е.н., асистент
Національний університет «Львівська політехніка»
**Гайова Софія,** студент 5-го курсу групи ЕКПЕ-11
Національний університет «Львівська політехніка»
м. Львів

# ОСОБЛИВОСТІ ОПЕРАТИВНОГО ПЛАНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ ПРОМИСЛОВОСТІ ПРИ ЗДІЙСНЕННІ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Для промислових підприємств, які здійснюють зовнішньоекономічну діяльність, оперативне планування є, безумовно, необхідним та важливим процесом. Основними цілями оперативного планування на промислових підприємствах є розробка конкретних завдань щодо здійснення експортно-імпортних операцій (плани містять інформацію про строки, об'єми, асортимент, черговість поставок і ін.) на короткі проміжки часу та організація взаємоузгодженої роботи підрозділів для їх виконання. Вони можуть містити в собі загальнофірмові плани поточної зовнішньоекономічної діяльності підприємства, а також поточні плани підрозділів.

Досвід відомих промислових підприємств дає нам змогу зрозуміти, що при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності, для того, щоб витримати умови жорсткої конкуренції, утримати позиції на ринку та розвиватись, підприємствам потрібно здійснювати ефективне впровадження функції оперативного планування, що дозволить пов'язати можливості фірми у виготовленні продукції та сформований на зовнішніх ринках попит.

Особливості оперативного планування зовнішньоекономічної діяльності в своїх працях висвітлили низка науковців, таких як: Є. Бабець, Г. Дроздова, В. Іванова, А. Кандиба, О. Кириченко, О. Кузьмін, Т. Майданюк, О. Мельник, Н. Петришин, О. Пшик-Ковальська, В. Соколовська В. Шалацький та ін [1-4].

Оперативне планування забезпечує своєчасний випуск продукції, постачання її споживачам шляхом раціонального використання наявних ресурсів тощо. Також під час формування та організування зовнішньоекономічної діяльності промисловим підприємствам необхідно приділяти належну увагу людському фактору, адже саме трудові ресурси задіяні у більшості процесів планування цього виду діяльності [1;2].

Розвиток оперативного планування зовнішньоекономічної діяльності на вітчизняних підприємствах буде сприяти вирішенню таких організаційно-економічних завдань:

- досягнення узгодженої роботи всіх ланок виробництва на основі єдиної ринкової мети, що передбачає рівномірний випуск і збут товарів в умовах зовнішньоекономічної діяльності;
- вдосконалення всієї системи внутрішньо-фірмового планування зовнішньоекономічної діяльності за рахунок підвищення надійності календарно-планових розрахунків і зниження трудомісткості;
- підвищення гнучкості та оперативності планування зовнішньоекономічної діяльності на основі більш повного врахування вимог споживачів і подальшого коректування річних планів;
- забезпечення сумісності оперативного планування зовнішньоекономічної діяльності з стратегічними планами підприємства;
- створення на кожному підприємстві системи оперативного планування зовнішньоекономічної діяльності, що відповідатиме сучасним вимогам ринку і рівню розвитку конкуренції на зовнішніх ринках.

Удосконалення оперативно планування зовнішньоекономічної діяльності на вітчизняних підприємствах сприятиме збільшенню обсягів реалізації товарів на зовнішніх ринках і зростанню їх ефективності в умовах діючих ринкових відносин.

**Список використаної літератури**


1. Загородников С.В., Сівчікова Т. Оперативно-виробниче планування: Навчальний посібник. - М.: Дашков і К, 2008 р.
2. Новицький М. В., Пашуто В. І. Організація, планування і управління виробництвом: Навчальний мотод. Посібник / За ред. Н.І. Новицького. - М.: Фінанси і статистика, 2006.
3. Іванова В. Планування діяльності підприємства: Навчальний посібник/ Валентина Іванова,; Мін-во освіти і науки України, Полтавський ун-т споживчої кооперації України. - К.: Центр навчальної літератури, 2006. - 471 с.
4. Кузьмін О.Є. Теоретичні та прикладні засади менеджменту: [навч. посібн.] / О.Є. Кузьмін, О.Г. Мельник. – 3-є вид. доп. і перероб. – Львів: Національний університет «Львівська політехніка», «Інтелект-Захід», 2007. – 384 с.
5. Пшик-Ковальська О.О. Базові положення щодо здійснення планування зовнішньоекономічної діяльності / О. О. Пшик-Ковальська, Н. Я. Петришин // Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку : [зб. наук. пр.] / відп. ред. О. Є. Кузьмін. — Л. :Вид-во Львів. політехніки, 2010. — С. 182-186

**Глушко Олег**, к.е.н.,
асистент кафедри обліку та аналізу
Національний університет «Львівська політехніка»,
м. Львів

# СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ ЯК ПЕРСПЕКТИВА РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА

Соціальна відповідальність бізнесу це світова тенденція яка визначає напрямок його розвитку. Для підтвердження запропонованої тези пропоную ознайомитися із рядом чітких та безкомпромісних фактів:

1.Кількість статей у всесвітньо відомому ресурсі Google за запитом "CSR" (Corporatesocialresponsibility–соціальна (корпоративна) відповідальність бізнесу) стоном на 16.11.2017 р. становить 145 000 000. Кількість статей за запитом "behavioraleconomy" (поведінкова економіка) в межах якої отримано Нобелівську премію з економіки 2017 р. становить 128 000 000.

2.Авторитетні міжнародні інституції та організації зорієнтовані на оцінюванні та сертифікації економічної діяльностізвернули увагу на соціальну відповідальність як на елемент сучасного бізнес середовища. При цьому міжнародні організації розпочали видавати різного роду нормативні акти щодо соціальної відповідальності бізнесу. Найбільш використовуваними матеріалами, що опубліковані інституціями у сфері відповідальності бізнесу по праву вважаються: Social Accountability 8000 [1], Account Ability Principles Standard 1000 [2], GRI 4 [3], ISO 26000 [4].

3.Соціальна відповідальність бізнесу стала актуальною темою для країни і навіть їх об'єднань, зокрема дляЄвропейського Союзу. Про це свідчить публікація ряду нормативних актів присвячених цій тематиці, в тому числіGreen Paper [5] та White Paper[6].

4. Міжнародні корпорації активно впроваджують принципи соціальної відповідальності бізнесу. Підтвердженням цього є не тільки публікація соціальних звітів (CreatingSharedValuereportта інші)й формування відділ соціальної відповідальності, але також тенденція до зростання соціальних та екологічних ініціатив запроваджених бізнесом.

Прогресивна бізнес спільнота передових країн світу визначає вагоме місце для соціальної відповідальності. При цьому активно популяризується впровадження принципів соціальної відповідальності в бізнес стратегію розвитку корпорацій. Світова бізнес еліта не виключає перспективи розвитку в контексті соціальної відповідальності.

Однозначним як для бізнесу, так і для науковців й експертів є той факт, що соціальна відповідальність це не лише актуальний тренд, але й значні кошти, які в довгостроковій перспективі конвертуються у відчутні дивіденди. Розвиток бізнесу не можливий без затрат, але кошти витрачені на потреби соціального та екологічного характеру це по суті інвестиції в громадську лояльність. А саме лояльність до бізнесу зі стороно соціуму (зокрема клієнтів, покупців, споживачів та потенційних користувачів товарами, роботами чи послугами) нарівні розцінюється із прогресивними технологіями, інноваційними рішеннями та доступом до релевантної інформації як складова розвитку підприємництва.

Часто соціальна відповідальність бізнесу визначається як відповідальність за прийняті рішення. В такий спосіб можна потрактувати понесені кошти передбачені на потреби соціальні та екологічні. Зрозумілим є той факт, що бізнес не зацікавлений в ретроспективі, а більше того коли це зумовлює додаткові навантаження на його бюджет. При цьому розглядати соціальну відповідальність виключно як відповідальність за прийняті рішення та реалізовані дії можна лише в моральному аспекті. Коли ми говоримо про цю категорію в контексті бізнесу, де переплітаються різні аспекти суспільних відносин то потрібно пам'ятати про інвестиційний потенціал соціальної відповідальності поряд із відповідальністю за вчинки бізнес структур.

Перспективність соціальної відповідальності полягає також в тому, що ця концепція спрямована на суспільство загалом і на його потреби. Це звучить не перспективно для бізнесу, але насправді сучасний споживач починає керуватися не тільки критеріями якості та ціни при виборі товарів, робіт чи послуг. Сучасний споживач розуміє, що прийнятна для нього якість та ціна може бути досягнута зазвичай рядом підприємств і саме тому важливо щоб фірма продемонструвала турботу про суспільство. При цьому у фірми створюється конкурентна перевага й довгострокова перспектива зростання довіри до бренду. В цьому контексті потрібно пам'ятати, що лише справжня соціально відповідальна позиція підкріплена реальними діями зможе забезпечити довгостроковий ефект. Використання методики "greenwash" може зумовити приріст доходів у короткостроковій перспективі та падіння довіри до бренду в довгостроковій. У зв'язку з цим підприємства які розраховують на довгостроковий прогрес повинні в повній мірі дотримуватись принципів соціальної відповідальності.

**Список використаних джерел**

1. Social Accountability 8000 International Standard, Social Accountability International, June 2014.

2. Account Ability Principles Standard (AA1000APS). AccountAbility UK, London 2008.

3. Global Reporting Initiative (GRI), Sustainability reporting guidelines, Amsterdam, 2011. https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/G3.1-Guidelines-Incl-Technical-Protocol.pdf

4. International Organization for Standardization 26000, Guidance on social responsibility, Geneva, 2010.http://www.uobaghdad.edu.iq/uploads/pics13/qaa/iso26000.pdf

5. Green Paper, Commission of the European Communities from 18.07.2001, Promoting a European framework for Corporate Social Responsibility, Brussels, COM (2001) 366 final.

6. White Paper, Communication on Corporate Social Responsibility, Commission of the European Communities from March 2002, Brussels.

**Коленда Наталія**, к.е.н., доцент
Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки,
м. Луцьк

# ПОНЯТТЯ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ БЕЗПЕКОЮ ПІДПРИЄМСТВА

Фінансова безпека підприємства постійно перебуває під випливом ряду чинників зовнішнього і внутрішнього середовища. Тому вона не є сталим явищем, досягнення якого потребує здійснення одноразових заходів. Рівень фінансової безпеки підприємства постійно змінюється і тільки за умов ефективного управління нею можна досягти більш-менш стабільної величини.

Щодо теоретичного підґрунтя вивчення проблеми управління фінансовою безпекою підприємства, то вона знайшла своє відображення у працях О. Баранівського, І. Бланка, К. Горячевої, В. Дорофеєва, М. Єрмошенко, Є. Картузова, В. Ліпкан, О. Малик та інших. Проте як показав критичних аналіз джерел наукової літератури з питань забезпечення фінансової безпеки підприємств, бачення вчених на цю управлінську проблему є неоднозначним. Крім того одна частина науковців говорить про те, що управління фінансовою безпекою повинно формувати відокремлену управлінську підсистему, інші – дотримуються думки, що її необхідно виділяти як окремий напрям чи складову загальної управлінської системи, ще одні – що вона не потребує приділення особливої уваги і може бути включена у загальну систему управління фінансовою діяльністю підприємства.

Також варто зауважити, що окремі науковці пов’язують управління фінансовою безпекою із антикризовим управлінням [1, с. 175], говорячи про те, що їх можна застосовувати окремо або в комплексі, якщо рівень безпеки є критичним. На нашу думку така позиція, виходячи із загальних положень сучасного ризик-менеджменту, не зовсім є виправданою, оскільки управління повинне мати превентивний характер і попереджати виникнення криз будь-якого типу на підприємстві. Тому управління фінансовою безпекою має свою специфіку та відрізняється від антикризового.

Також вивчення теоретичних засад управління фінансовою безпекою дозволило прийти до висновку, що серед науковців немає одностайного погляду щодо складових управлінської системи, її мети і функціонального спрямування, а також щодо етапів управління та його елементів. Одні вчені дотримуються думки, що управління фінансовою безпекою варто розпочинати із формування відповідної концепції, інші – системи, ще одні – механізму, і нарешті – стратегії. Така неодностайність поглядів потребує проведення детальнішого дослідження наукової проблеми управління фінансовою безпекою підприємства та

формування авторського бачення щодо її вирішення.

Отже, своє дослідження розпочнемо із вивчення самого поняття управління фінансовою безпекою. Т. Загорельська зазначила, що управління фінансовою безпекою входить до загальної системи управління безпекою підприємства і при цьому становить найважливішу його функціональну підсистему, яка забезпечує реалізацію управлінських рішень переважно в фінансовій сфері діяльності суб'єкта господарювання [2].

Колектив науковців під керівництвом С. Фролова дають визначення системі управління фінансово-економічною безпекою підприємства як сукупності елементів, орієнтованих на виявлення та нейтралізацію фінансово-економічних загроз функціонування і розвитку підприємства, забезпечення господарської самостійності, конкурентоспроможності, фінансової незалежності та стабільності, оптимальності організаційної структури, захисту інформаційного середовища, безпеки персоналу, комерційної таємниці та інтересів [3]. Також управлінням фінансово-економічною безпекою підприємства вони розглядають як систему цілеспрямованих дій, направлених на досягнення та підтримку належного рівня фінансово-економічної безпеки підприємства, що формується під впливом факторів внутрішнього та зовнішнього середовища з метою підвищення конкурентоспроможності підприємства, оптимізації управління технологічним процесом і матеріальними, трудовими та фінансовими ресурсами [3].

С. Шкарлет зазначає, що управління фінансовою безпекою органічно входить в загальну систему управління безпекою підприємства, являючи собою найважливішу його функціональну підсистему, яка забезпечує реалізацію управлінських рішень переважно у фінансовій сфері його діяльності [4, с. 158]

Л. Петренко управління фінансовою безпекою підприємства розглядає як систему принципів і методів розробки та реалізації управлінських рішень, пов'язаних з забезпеченням захисту його пріорітетних фінансових інтересів від зовнішніх та внутрішніх загроз [5].

Як складову управління фінансовою безпекою підприємства розглядають її концепцію. Зокрема В. Шликов концепцію безпеки підприємства визначив як цілісне і системне розуміння, бачення і представлення шляхів усунення небезпек, які реально загрожують або можуть загрожувати підприємству зсередини і ззовні, а також способи мінімізації можливих шкідливих наслідків [6].

Є. Картузов концепцію фінансової безпеки визначив як певну сукупність поглядів на забезпечення фінансової безпеки, яка передбачає також комплексне визначення загроз і системне розуміння шляхів їх усунення. Концепція має включати шляхи виявлення й усунення загроз, принципи, які необхідно при цьому застосовувати, сукупність прогнозованих ситуацій зі станом фінансової безпеки, інструменти і технології, потрібні для цього, а також алгоритм

забезпечення фінансової безпеки [1, с. 177].

Підсумовуючи, приходимо до висновку, що поняття управління фінансовою безпекою підприємства, система управління фінансовою безпекою підприємства, механізм управління фінансовою безпекою підприємства та концепція фінансової безпеки підприємства, не можна ототожнювати, оскільки кожне має своє змістове значення та функціональну спрямованість. Зокрема, поняття управління фінансовою безпекою підприємства та концепція фінансової безпеки підприємства формують теоретичне підґрунтя для практичного здійснення управлінських процесів у сфері забезпечення фінансової безпеки. Система та механізм управління фінансовою безпекою підприємства детальніше акцентують увагу на елементах управлінського процесу та їх практичній взаємодії.

Тому у загальному розумінні управління фінансовою безпекою підприємства пропонуємо розглядати як цілеспрямовану діяльність, орієнтовану на забезпечення фінансової стабільності, платоспроможності та незалежності а також належного рівня фінансової безпеки шляхом виявлення та нейтралізації загроз, небезпек і ризиків з метою підвищення конкурентоспроможності підприємства.

**Список використаних джерел:**

1. Картузов Є. П. Визначення фінансової безпеки підприємства: поняття, зміст, значення і функціональні аспекти / Є. П. Картузов // Актуальні проблеми економіки : наук. економ. журнал. – 2012. – № 8. – С. 172-181.

2. Загорельська Т.Ю. До проблеми формування системи управління фінансовою безпекою на підприємстві / Т.Ю. Загорельська // Вісник ДНУ. – Сер. В: Економіка і право, Вип.2. – 2009. – С. 243-247.

3. Управління фінансовою безпекою економічних суб'єктів: навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів економічних і юридичних спеціальностей усіх форм навчання / ДВНЗ "Українська академія банківської справи Національного банку України"; за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. С. М. Фролова; [С. М. Фролов, О. В. Козьменко, А. О. Бойко та ін.]. – Суми : ДВНЗ "УАБС НБУ", 2015. – 332 с.

4. Шкарлет С. М. Економічна безпека підприємства: інноваційний аспект : Монографія / С. М. Шкарлет. – К. : Книжкове вид-во НАУ, 2007. – 436 с.

5. Петренко Л. М. Моделювання процесів управління фінансовою безпекою підприємства : автореф. дис... канд. екон. наук: 08.00. 11 / Л. М. Петренко. – Держ. вищий навч. заклад» Київський нац. економічний ун-т ім. Вадима Гетьмана». – Київ, 2010. – 20 с.

6. Шлыков В. В. Комплексное обеспечение экономической безопасности предприятия / В. В. Шлыков. – СПб : «Алетейя», 1999. – 152 с.

**Кузьмінська Катерина,** к.е.н.,
доцент кафедри бухгалтерського обліку
Львівський торгово-економічний університет,
м. Львів

# ОСОБЛИВОСТІ КАЛЬКУЛЮВАННЯ СОБІВАРТОСТІ ПРОДУКЦІЇ ЗА ВИРОБНИЧИМИ ПРОЦЕСАМИ

Собівартість виготовленої продукції завжди була й залишається одним із найважливіших показників як для прийняття управлінських рішень, так і для визначення фінансового результату діяльності підприємства. Як наслідок виникла потреба у розробленні та впровадженні адекватних систем управління виробництвом, мотиваційних механізмів, які б спонукали всіх учасників виробничих процесів до досягнення успіху та процвітання підприємства у ринковому середовищі. Організація та здійснення калькулювання собівартості продукції відрізняється на кожному підприємстві навіть однієї галузі. Так, калькулювання має відображати ефективність господарської діяльності, визначати напрями вдосконалення діяльності як на кожній окремій ділянці, так і на підприємстві.

Система управлінського обліку витрат складається з підсистем калькулювання собівартості продукції та обліку виробничих витрат, що дає змогу розробляти бюджети підприємства та здійснювати облік фактичних витрат за калькуляційними об'єктами. Слід зазначити, що на гірничо-збагачувальних підприємствах об'єкти обліку відповідають об'єктам калькулювання. Калькулювання витрат кар'єрів здійснюється за такими статтями: паливо на технологічні потреби, енергія для технологічних потреб, вода на технологічні потреби, витрати на оплату праці, відрахування на соціальні заходи, амортизація (знос) основних засобів та інших необоротних активів, загальновиробничі витрати, послуги допоміжного виробництва та інші витрати.

Важливою умовою планування є дотримання економічності процесу бюджетування. Із огляду на це, бюджет на проведення видобувних робіт розробляється як для всього кар'єру, так і в розрізі процесів (гірничопідготовчі роботи, видобуток руди і рекультивація) за статтями витрат. Управлінський аспект бюджетування являє собою інструмент доведення до виконавців мети управління та відображення кількісного плану дій у грошовій оцінці. Зокрема, для його складання використовують метод розрахунку зміни рівня витрат за факторами впливу. При цьому слід брати до уваги технологічні та організаційні умови діяльності досліджуваних підрозділів.

Планування гірничопідготовчих і видобувних робіт здійснюють на календарний рік із розподілом на квартали та місяці. Підготовка виробничого плану передбачає декілька етапів:

–визначення у натуральних показниках можливого обсягу діяльності за кожним господарським процесом та їх узгодження з господарською діяльністю загалом;

–з'ясування рівня виробництва, витрат і доходів, які стосуються безпосередньо конкретного об'єкта ведення гірничих робіт (кар'єру);

–розроблення альтернативних планів видобутку та гірничопідготовчих робіт на основі проведених геологорозвідувальних робіт, норм виробітку та показників продуктивності праці працівників;

–вибір оптимального плану, який використовуватиметься як підстава для проведення гірничодобувних робіт [1, с. 146–149].

Одночасно з підготовкою плану гірничих робіт розробляють вартісні бюджети витрат, з'ясовують нормативні значення витрат для кожного виду гірничопідготовчих та очисних робіт у розрізі елементів витрат і статей калькулювання. Плануючи величину витрат враховують зміну нормативних потужностей. Під нормативними потужностями розуміють максимально можливі обсяги видобутку ільменітовмісної руди за оптимального використання ресурсів підприємства (трудових і матеріальних).

Важливо зазначити, що на визначення норм виробничих витрат суттєво впливає виробнича потужність підприємства. Виробнича потужність і строки експлуатації родовищ залежать від покладів корисних копалин та інтенсивності проведення видобувних робіт. Це в свою чергу визначає строки експлуатації гірських родовищ та гірничо-технологічних споруд, порядок їх фінансування та покриття виробничих витрат через включення до собівартості видобутої руди.

Собівартість 1 т видобутої руди коригується відповідно до ринкової ціни на матеріали та рівня заробітної плати робітників. Після визначення адміністрацією основних виробничих показників переходять до детального розроблення документів: складають недільні та місячні плани видобутку для кожної робочої зони, розглядають планові способи видобутку в кожному забої тощо. Відобразивши у виробничому плані технічні показники, визначають прогнозовані витрати (використовуючи оновлені норми), необхідні для його реалізації. Тобто на основі виробничого плану розробляють бюджети на здійснення видобувних і гірничопідготовчих робіт.

Отже, калькулювання собівартості продукції дає можливість здійснювати управління собівартістю як на стадії прогнозування витрат, так і під час визначення

фактичної собівартості, що сприятиме підвищенню ефективності використання виробничих ресурсів та виявленню резервів скорочення витрат.

**Список використаних джерел**

1. Шанкай А. В. Облік та аналіз витрат та доходів за центрами відповідальності : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. ек. наук : спец. 08.06.04 / А. В. Шанхай ; Київ. нац. екон. ун-т – К., 2002. – 19.с.

**Лихолат Ольга,** студент
Науковий керівник: Пугачевська К. С., к.е.н.
старший викладач кафедри міжнародних економічних відносин
Київський національний торговельно-економічний університет
м. Київ

# ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЛЕГКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ В УКРАЇНІ ТА ВЕКТОРИ ЇЇ РОЗВИТКУ

Легка промисловість України на сьогоднішній день є багатогалузевим комплексом з виробництва товарів народного споживання і забезпечує роботою більше 100 тис. працівників Слід зазначити, що даний сектор економіки орієнтований на кінцевого споживача, що підштовхує вітчизняних виробників до задоволення внутрішнього попиту, що, в свою чергу, змушує підприємства максимально використовувати свої потенційні можливості[1].

Проте нині легка промисловість України розвивається у вкрай складних умовах. В першу чергу, це зумовлено досить слабкою вітчизняною сировинною базою. Найбільше на вітчизняній місцевій сировині базується виробництво лляних тканин. Основні льонокомбінати розташовані у Рівному та Житомирі. Але власних тканин для пошиття в Україні недостатньо, тому доводиться завозити їх із-за кордону. Бавовняні комбінати на імпортній сировині діють у Херсоні, Донецьку, Тернополі[2, с.156].

Слід також зазначити, що легка промисловість тісно пов'язана з хімічними галузями. На сьогоднішній день, Україна використовує власні потужності для виробництва синтетичної шкіри і клею, підошов, хімічних ниток і волокон, капролактаму, необхідного для виробництва хімічних ниток і пряжі[3]. Проте даний напрямок поки що знаходиться лише на перших етапах свого розвитку, оскільки хімічна промисловість також використовує застаріле обладнання у виробництві, що сповільнює її розвиток.

Не можна оминути й той факт, що велика кількість вітчизняних підприємств співпрацює на давальницькій сировині з іноземними підприємствами, оскільки не може налагодити власну справу через те, що в Україні немає достатньої кількості сировини для виготовлення продукції.

Все більшу частку в текстильній галузі займають товари з Китаю, які характеризуються відносною дешевизною та невисокою якістю. Це негативно впливає на українські підприємства легкої промисловості, оскільки вони не здатні конкурувати з такою продукцією. Проте в Україну імпортують товари легкої промисловості і з інших країн. За

даними Державної служби статистики України, у січні-серпні 2017р. в Україну було імпортовано текстильних виробів та матеріалів на суму 1103,33 млн. дол. США, в той час, як за кордон експортовано аналогічної продукції на суму лише 484,37 млн. дол. США. Для порівняння, у 2001 році дані цифри становили 646,86 і 614,22 млн. дол. США відповідно. Тобто можна зробити висновок, що простежується тенденція зменшення зовнішньоторговельного сальдо торгівлі продукцією легкої промисловості[4].

Серед основних проблем у розвитку експортного потенціалу легкої промисловості України слід виділити наступні:

- неефективна політика держави у сфері захисту вітчизняного виробника;
- порівняно низька кваліфікація трудового персоналу;
- зростання імпорту в країні;
- низький рівень конкурентоспроможності виробів легкої промисловості.

На основі вищеперерахованих проблем у легкій промисловості України, можна запропонувати такі перспективні шляхи їх вирішення:

- українським виробникам слід перехоплювати досвід у своїх іноземних конкурентів для використання його на вітчизняному ринку, і тим самим, стримуючи процес імпорту іноземної продукції та підвищуючи власну конкурентоспроможність;
- необхідно здійснювати заходи щодостимулювання експорту вітчизняного виробництва;
- створення сприятливих умов для залучення іноземних інвестицій саме у галузь легкої промисловості;
- українським виробникам необхідно переоснащувати, модернізувати прилади та обладнання, підвищувати вимоги до власної продукції та втілювати їх у виробництві;
- запроваджувати нові, більш ефективні системи контролю за виконанням санітарних вимог та підвищувати рівень встановлення оптимальних та допустимих меж, а також використовувати інноваційні методи у питанні відходів від виробництва;
- підвищувати професійний рівень персоналу, а також оптимізувати час, відведений на виконання виробничих завдань на підприємствах, оскільки дана проблема також стримує розвиток потенціалу українських підприємств;
- українським виробникам необхідно розширювати асортимент своєї продукції виробничо-технічного та спеціального призначення (наприклад, тканини для укриття, пожежні рукави, фільтри і т.д.), оскільки споживчий асортимент достатньо таки розвинений (одяг, трикотажні панчішно-шкарпеткові та хутрові вироби, тканини, постільна білизна, вироби медичного призначення, головні убори, коврові вироби, сувенірна продукція та ін.);

- вітчизняні підприємства майже не випускають ні тканин, ні ниток, ні жодного виду обладнання для легкої промисловості, а тому все це доводиться імпортувати з-за кордону. В даному випадку було б доцільним запровадження на теренах України виробництва саме сировинної бази для легкої промисловості;

- вдосконалення системи інформаційного забезпечення на підприємствах легкої промисловості.

Отже, можна зробити висновок, що експортний потенціал легкої промисловості України є, проте на його шляху виникає низка проблем. В основному це зумовлено використаннямзастарілих технологій у виробництві. Тому Україні слід використовувати досвід провідних країн та покращувати систему управління в даній сфері та вдосконалювати нормативну базу у питанні стандартизації продукції.

**Список використаних джерел:**

1. Державна підтримка українського експорту [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ukrexport.gov.ua/ukr/prom/ukr/9.html

2. Географія України. Економічна і соціальна географія України. Підручник для 9 класу. Гілецький Й. Р. — Львів: ВНТЛ, 2009. — 261 с.

3. Регіональна економіка: Підручник для студентів, аспірантів, викладачів ВНЗ. Затверджено МОН. Качан Є.П. — К., 2011. — 670 с.

4. Офіційний сайт державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2017/zd/tsztt/tsztt_u/tsztt0817_u.htm

**Мелен Леся,**
магістр за спеціальністю «Управління інноваційною діяльністю»
Науковий керівник: Зарічна О.,к.е.н, доцент
кафедри «Бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту»
ДВНЗ «Ужгородський національний університет»
м.Ужгород

# ОСОБЛИВОСТІ ЛОГІСТИЧНОГО УПРАВЛІННЯ НА ЗАЛІЗНИЧНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

В сучасних умовах господарювання підприємства різних фори власності намагаються здійснювати свою діяльність відповідно до вимог держави, ринку та потреб споживачів. Відомо, що для ефективного здійснення господарської діяльності необхідно правильно побудувати процеси її організації та управління. На залізничному підприємстві процес організації виробничої діяльності залежить від організаційної структури управління та вибору ефективних підходів її здійснення. При оцінювання діяльності залізничного підприємства важливим є характеристика його роботи в плані здійснення перевезень вантажів та пасажирів. Від кількості і якості їх виконання залежить майбутня ефективність залізничного підприємства.

На сьогодні в науковій літературі існує багато досліджень щодо того, який вид організаційної структури управління необхідно обрати для залізничних підприємств та за допомогою яких підходів можна досягти запланованих результатів. Але на наш погляд зважаючи на потреби ринку і підприємства найбільш перспективним є підхід, який заснований на логістичних принципах управління.

Логістичне управління – це ефективний підхід до управління діяльністю який направлений на підтримку корпоративної стратегії підприємства з оптимальними витратами ресурсів, а також забезпечення стійкості і стабільності підприємства на ринку за рахунок згладжування внутрішніх конфліктів між підрозділами постачання, виробництва, маркетингу, продажів, фінансів та ін. [1, с.287].

Основними принципами управління при логістичному підході повинні бути:

- системність, яка передбачає інтеграційні процеси в загальну систему управління;
- комплексність, основною метою якого є комплексне формулювання рішень;
- варіативність, що передбачає наявність декількох підходів до розробки управлінських рішень;
- збалансованість, тобто узгодженість потреб і ресурсів у процесі розробки, прийняття

та реалізації управлінських рішень;

- цілеспрямованість на стратегічні цілі розвитку;
- обґрунтованість запланованих та визначних цілей;
- гнучкість до умов зовнішнього і внутрішнього середовищ;
- інформативність прийняття рішень щодо виконання основних завдань;
- демократизація щодо залучення працівників у процес управління, тощо.

Для того, щоб швидше застосовувати логістичний підхід в діяльності залізничного підприємства , необхідно з'ясувати причини, що стримують його впровадження. Так за дослідженням Т.В. Майорова виділяють наступні причини гальмування впровадження такого підходу [2]:

- відсутність державного підходу до проблем логістики, що виявляється у відсутності правової юридичної бази, спеціалістів і центрів їх підготовки;
- загальна економічна криза з невирішеними питаннями власності та зниженням обсягів виробництва, інфляція, стагнація гальмують будь-яке починання;
- логістика передбачає комплексний облік витрат, за якого зростання витрат у транспортно-складському господарстві перекривається ефектом, отриманим за межами цієї галузі, разом з тим існуюча система бухгалтерського обліку, методики внутрішньовиробничого госпрозрахунку, що використовуються на практиці, поки не дають змоги повністю оцінювати витрати й результати діяльності підрозділів і служб підприємства;
- логістичний підхід передбачає кардинальні зміни в структурі підприємства, перехід до більш гнучких організаційних структур, створення спеціалізованих цехів і служб транспортно-складського господарства;
- розвиток ідей логістики гальмується недоліками професійної підготовки кадрів.

Отже, ефективне впровадження логістичного підходу до управління господарською діяльністю залізничного підприємства забезпечить перехід від управління окремими функціями, пов'язаними з формуванням та обслуговуванням логістичних потоків до управління комплексом таких функцій а також до ефективної організації управління підприємством і створенні можливостей для його інноваційного розвитку.

**Список використаних джерел:**


1. Логистика и управление цепями поставок : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. С.Лукинский, В. В.Лукинский, Н. Г. Плетнева. - М. : Издательство Юрайт. - 359 с.
2. Майорова Т.В. Інвестиційна діяльність. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 376 с.]

**Морозов Євгеній,** аспірант,
Науковий керівник: Сова О.Ю., к.е.н.,доцент кафедри
фінансів Київського університету ринкових відносин
м. Київ

# ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Сучасні умови глобалізації диктують нові вимоги й потребують нового формату ведення підприємницької діяльності з врахуванням принципів ринковогосаморегулювання. Власники та керівникиукраїнських підприємств не завжди встигаютьадаптувати свої методи управління вимогам економічних реалій та використовувати адекватні та ефективні методи реагування на кризові ситуації. Виникає об'єктивна необхідність застосування нових стратегічних підходів до розвитку бізнесу, таких як антикризове управління.

У сучасних умовах існують різні підходи до визначення сутності антикризового управління підприємством. Здійснюючи аналіз праць вітчизняних та зарубіжних науковців, можна зробити висновок, що переважна більшість авторів зупиняється на розумінні антикризового управління як функції менеджменту, що забезпечує:

- уникнення кризових ситуацій;
- зменшення або ліквідацію наслідків фінансової кризи на підприємстві;
- забезпечення належного рівня платоспроможності [1, с. 266].

Отже, антикризове управління – система управління, що спрямована на раннє виявлення протиріч підприємства з зовнішнім середовищем або у його внутрішньому середовищі з метою запобігання кризовим явищам[2, с. 299].

Головним елементом антикризового управління є антикризова стратегія, яка є важливою для підприємств усіх організаційно-правових формведення бізнесу. Своєчасно розроблена і вдало реалізована стратегія дає змогу суб'єктам господарювання уникнути значних втрат капіталу та суттєво знизити рівень фінансовогоризику.

У рамках антикризового управління стратегію треба розглядати як інструмент регулювання та вирішення суперечності в процесі розвитку підприємства в умовах кризового становища або його загрози, на базі обмежених ресурсів. Антикризову стратегію необхідно вважати способом досягнення підприємством своїх цілей, попри вплив зовнішніх та внутрішніх факторів, які виступають джерелами виникнення кризових явищ та стимулюючим імпульсом до їх зростання та перетворення на кризові ситуації і кризовий стан.

Характерними рисами антикризової стратегії, як особливого виду управління, виступають:

– обмеженість за строками дії (1-3 роки). Стратегія вважається реалізованою, коли з'ясовується, що підприємство збалансовано функціонує і сформувалася стійка тенденція покращення фінансово-майнового стану та підвищення ефективності його діяльності;

– пріоритетність антикризової стратегії. Загальна стратегія зазнає суттєвого коригування і підпорядковуються основній меті антикризового менеджменту;

– підвищена результативність реалізації, яка визначається масштабністю наслідків від успішного (відновлення потенціалу підприємства) або незадовільного (ліквідація суб'єкта господарювання, втрата інвестицій власниками) втілення стратегії;

– звужена функціонально-цільова спрямованість, яка передбачає визначення обмеженого кола об'єктів впливу внаслідок недостатності ресурсної бази підприємства в кризі;

– орієнтація на ретельний пошук і максимальне використання внутрішніх резервів ресурсної бази підприємства;

– виражений адаптивний характер. Антикризова стратегія передбачає реалізацію великої кількості реорганізаційних заходів та організаційно-технологічних новацій, що передбачають пристосування підприємства до нестабільного зовнішнього середовища господарювання [3, с. 95-96].

Розробка та реалізація системи антикризового управління надасть підприємствам України можливості вчасно реагувати на зміни в економіці, активно впливати на внутрішні процеси для адаптаціїсвоєї діяльності до зовнішньогосередовища, сприятизменшенню наслідків впливу фінансових ризиків.

**Список використаних джерел:**

1. Єпіфанова І.Ю. Сутність антикризового управління підприємства / І.Ю. Єпіфанова, Н.О. Оранська // Економіка та суспільство. – 2016. – Вип. 2. – С. 265-269.

2. Сова О.Ю. Антикризові заходи у системі управління підприємством / О.Ю. Сова //Світовітенденції та перспективирозвиткуфінансовоїсистеми України: зб. матер. наук.-практ. конференції, 28-29 вересня 2017 р. Київськийнаціональнийуніверситетімені Тараса Шевченка. – Київ, 2017. – 422 с.– С. 298-303.

3. Брінь П.В. Управління антикризовою діяльністю підприємства / П.В. Брінь, А.Ю. Черпак //Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми розвитку українського суспільства. –Харків: НТУ «ХПІ», 2013. – № 69(1042). – С. 92-98.

**Михальчинець Наталія,** студент
Науковий керівник: Черничко Т.В., д.е.н., проф.,
завідувач кафедри фінансів,
Мукачівський державний університет
м.Мукачево

# ФІНАНСОВО-КРЕДИТНИЙ МЕХАНІЗМ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Сучасні наукові підходи щодо визначення сутності та елементів фінансово-кредитного механізму у господарські діяльності підприємств є різноманітними та неоднозначними

У Національній економічній енциклопедії «фінансовий механізм» розглядається як «п'ять взаємопов'язаних елементів, які сприяють організації, плануванню та стимулюванню використання фінансових ресурсів (фінансові методи, фінансові важелі, правове, нормативне та інформативне забезпечення) або сукупність форм та методів, за допомогою яких забезпечується здійснення широкої системи розподільчих відносин, утворення доходів та накопичень, створення та використання централізованих та децентралізованих фондів грошових коштів[3].

Основними структурними елементами фінансово-кредитного механізму на сучасному етапі для вітчизняних підприємств залишаються:

- фінансово-кредитні важелі;
- фінансово-кредитні інструменти,
- нормативно-правове та інформаційне забезпечення,
- підсистеми фінансового забезпечення, фінансового регулювання,
- фінансові показники та індикатори тощо[1].

Успішністьгосподарської діяльності будь-якого підприємства залежить від чіткої взаємодії усіх складових підсистем та елементів фінансово-кредитного механізму та узгодження економічних інтересів держави, розвитку фінансового ринку та його інституційних суб'єктів.

Підсистемами фінансово-кредитного механізму підприємства, як основної ланки виробництва суспільного продукту є:

- внутрішньогосподарський фінансово-кредитний механізм, в межах самого підприємства, що включає процеси формування фінансових ресурсів, формування та

використання фондів грошових коштів цільового призначення, контроль за їх використанням тощо;

– механізму державного регулювання, який поєднує нормативно-правовий механізм, систему органів державного управління та важелі економічного впливу держави на діяльність підприємств;

– механізм функціонування фінансового ринку та його складових (фондового, кредитного, валютного, страхового, ін.).

До найбільш уживаних форм фінансового забезпечення відносять:

– бюджетне фінансування;

– кредитування,

– самофінансування .

Важливим аспектом при реалізації фінансово-кредитних відносин є фінансове регулювання, внаслідок чого ринкові процеси є убезпеченими та відходять від стихійних проявів

Складові елементи фінансового забезпечення і фінансового регулювання тісно пов'язані між собою, оскільки встановлена в певний проміжок часу система фінансового забезпечення потребує фінансового регулювання в даний період[2].

Фінансове регулювання здійснюється через такі фінансові важелі та фінансові інструменти, як ставка рефінансування НБУ, рівень резервування, ставка оподаткування, курс валют, субсидії, податки, трансферти,комерційні векселі, банківські акцепти, депозитні сертифікати, звернення щодо викупу цінних паперів та ін.

Нажаль, підприємства підпадають під значний фінансовий вплив банківських установ , оскільки останні є найвагомішими, як за масштабами фінансування всієї економічної підсистеми, так і за рівнем впливу на суб'єктів господарювання. Саме банки найбільше мають можливість використовувати фінансовий механізм акумулювання та перерозподілу коштів відповідно до ринкової орієнтації на прибуток та можливих ризиків[2].

У сучасних умовах підприємництваособливо актуальним є аналіз та дослідження потенційних джерел фінансування господарської діяльності та їх вартості.

Значне скорочення рівня державних програм, неоднозначний стан розвитку банківської системи та регуляторної політики НБУ, рівень інфляції, курс національної валюти здорожчають вартість фінансових ресурсів суб'єктів підприємництва.

Проте варто відзначити позитивну тенденцію участі, внаслідок децентралізації, місцевих органів влади підтримці регіональних інвестиційних проектів.

**Список використаних джерел:**

1. А. В. КравецьТеоретичні аспекти формування та функціонування фінансово-кредитного механізму акціонерних товариств /Кравець А.В.// Економічні науки Вісник Хмельницького національного університету 2011, № 3, Т. 1 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/2011_3_1/160-165.pdf

2. Тимошик Н.С. Вдосконалення механізмів регулювання фінансово-економічного забезпечення сталого розвитку економіки країни /Тимошик Н.С.//Сучасні соціально-економічні проблеми теорії та практики розвитку економічних систем [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/21287/2/SSEP_2016_Timoshik_N_S-Vdoskonalennia_mekhanizmiv_59-67.pdf

3. Информационный ресурс «Национальная экономическая энциклопедия». [Электронный ресурс]:-Режим доступа: http://vocable.ru

**Петришин Богдан,** студент
Науковий керівник: Самура Ю. О., к. е. н.,
доцент кафедри фінансово-економічної безпеки
та банківського бізнесу
Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

# ІНСТРУМЕНТАРІЙ ВИЯВЛЕННЯ Й ОЦІНЮВАННЯ РІВНЯ ЗАГРОЗ ФІНАНСОВІЙ БЕЗПЕЦІ ПІДПРИЄМСТВА

В умовах поглиблення кризових явищ в економіці України на сьогодні важливе значення має розробка сучасногоінструментарію оцінювання рівня фінансової безпеки підприємства з метою своєчасної діагностики і попередження загроз.

Для виявлення й оцінювання рівня загроз фінансовій безпеці підприємства найчастіше застосовуються такі методи аналізу як: SWOT-аналіз, PEST-аналіз,SNW-аналіз, метод розробки сценаріїв розвитку подій [1].

При оцінюванні поточного стану фінансової безпеки підприємства і виявленні загроз доцільним євикористання SWOT-аналізу як методу виявлення й якісного оцінювання рівня загроз фінансовій безпеці підприємства.

Сильними сторонами фінансової діяльності підприємства виступають позитивні внутрішні умови здійснення фінансової діяльності,слабкими сторонами – негативні внутрішні умови у вигляді внутрішніх загроз,можливостями – позитивні зовнішні умови здійснення фінансової діяльності,власне загрозами – негативні зовнішні чинники у вигляді зовнішніх загрозфінансовій безпеці.

При застосуванні SWOT-аналізу в процесі виявлення і визначення рівнязагроз фінансовій безпеці слід мати на увазі, що найсуттєвіші загрози виникають тоді, коли негативний розвиток ситуації у зовнішньому середовищі підприємства накладається на слабкі сторони самого механізму управління фінансової безпеки підприємства,тобто у такому разі виникає негативний кумулятивний ефект [1].

Використання SWOT-аналізу надає можливість також визначати стратегіїдій щодо забезпечення фінансової безпеки підприємства. На перетинах виявлених груп чинників формуються поля, які надаютьможливість обирати (розробляти) відповідну стратегію забезпечення фінансової безпеки підприємства.

Для цих полів притаманні такі поєднання і типи стратегій [2]:

1) поле ВСС-ЗМ.На цьому полі поєднуються внутрішні сильні сторонимеханізму управління фінансовою безпекою і позитивні зовнішні чинники. Цьому полю повинна

відповідати стратегія підтримки і розвитку сильних сторін механізму управління фінансової безпеки підприємства у напрямі реалізації на конкретному підприємстві позитивних можливостей зовнішнього середовища;

2) поле ВСлС-ЗМ. На цьому полі поєднуються внутрішні слабкі сторони механізму управління фінансовою безпекою підприємства з позитивними можливостями зовнішнього середовища. Дане поле вимагає розробки і реалізації стратегії, яка повинна бути спрямована на подолання слабких сторін механізму управління фінансовою безпекою підприємства за рахунок можливостей, які надає для нього зовнішнє середовище;

3) поле ВСС-ЗЗ. Тут, поруч із внутрішніми сильними сторонами механізму управління фінансовою безпекою підприємства присутні і загрози з боку зовнішнього середовища. У такому разі потрібна стратегія використання сильних внутрішніх сторін для можливого подолання негативних впливів з боку зовнішнього середовища;

4) поле ВСлС-ЗЗ – «кризове поле». На цьому полі поєднуються внутрішні слабкі сторони механізму управління фінансовою безпекою підприємства із зовнішніми загрозами. У такому випадку необхідна стратегія, яка має бути спрямована як на подолання зовнішніх загроз, так і на усунення слабких місць у механізмі управління фінансовою безпекою, тобто внутрішніх негативних чинників.

Поряд із цим, для виявлення і якісного оцінювання рівня загроз фінансовій безпеціпідприємства можна використовувати і метод PEST-аналізу, який дозволяє виявляти загрози з боку зовнішнього середовища макрорівня.

Згідно з цим методом, такі загрози поділяють на чотири різновиди, які позначаються абревіатурою англійських літер PEST:P (politicalandlegalenvironment) – політико-правове середовище;E (economicenvironment) – економічне середовище,S (socioculturalenvirionment) – соціокультурне середовище; T (technologicalenvirionment) – технологічне середовище [2].

У політико-правовому середовищі на рівень фінансової безпеки підприємства впливають чинні форми і методи державного регулювання (політика бюджетної підтримки окремих галузей і підприємств, державна політика підготовки кваліфікованих фахівців, політика залучення і захисту іноземних інвестицій і т.п.).

Економічне середовище впливає і, відповідно, приховує загрози фінансовій безпеці підприємства через ті чи інші темпи розвитку економіки країни.

У соціокультурному середовищі на стан фінансової безпеки підприємства впливають чинники, які можуть мати негативний характер: освітній і культурний рівень працездатного населення, рівень підготовки фахівців з вищою освітою в галузі фінансової діяльності, ставлення населення до здійснюваних ринкових реформ.

Технологічне середовище найбільше впливає на стан фінансової безпеки через

впровадження інновацій у технічні засоби управління, фінансові інструменти і технології.

Отже, сучасний інструментарій виявлення й оцінювання рівня загроз фінансовій безпеці підприємствапередбачає виконання низки заходів, які дозволяють контролювати ситуацію та своєчасно реагувати на можливість виникнення загроз, що можуть призвести до негативних наслідків.

**Список використаних джерел:**

1. Картузов Є.П. Вплив ризиків і загроз на стан фінансової безпеки підприємств / Є.П. Картузов // Економіка та управління підприємствами. – 2012. – № 9 (135). – С. 115-124.

2. Фінансова безпека підприємств і банківських установ: монографія / За заг. ред. д-раекон. наук А.О. Єпіфанова. – Суми: УАБС НБУ, 2009. – 295 с.

**Політило Марія**, к.е.н.,
доцент кафедри фінансів
Національний університет "Львівська політехніка",
м. Львів

# СУТНІСТЬ СПІВПРАЦІ ПІДПРИЄМСТВВ ІННОВАЦІЙНІЙ СФЕРІ

В умовах активізування підприємництва, зважаючи на загострення конкуренції і недостатнє фінансування інноваційного розвитку суб'єктів господарювання в Україні, одним із найважливіших шляхів прискорення креативних пошуків та впровадження нововведень є формування кооперативних утворень. На засадах акумулювання венчурних ресурсів кооперативні утворення здатні примножити наявний інноваційний потенціал і досягнути позитивних змін у інноваційному розвитку.

Генезис поняття "співпраця", "кооперація" має свою давню історію. Ще на початку XX століття вчені дослідили, що однією з найбільш ефективних форм господарювання є кооперація, розуміючи при цьому як співпрацю в економічній сфері, що ґрунтується на демократичних принципах з метою досягнення поставлених цілей.

В умовах переходу до ринкової економіки та й за всю історію економічного розвитку у вчених-економістів так і не склалось єдиного чітко сформульованого підходу до визначення поняття "кооперації". Так, зокрема, деякі автори більшу увагу приділяють висвітленню економічного сенсу поняття кооперація, приділяючи при цьому увагу розкриттю однієї з найважливіших її характеристик – економії ресурсів завдяки їх спільному використанні. Інші ж автори роблять акцент на розгляді організаційно-управлінського аспекту і зводять до того, що кооперація формується насамперед з метою організування процесу співпраці багатьох суб'єктів ринкових відносин для реалізації завдань як для виробництва товарів (виробнича кооперація) так і для надання послуг чи здійснення різноманітних фінансово-кредитних операцій (кредитна кооперація). Багато дослідників звертають свою увагу на соціальну атрибутику кооперації, це головною характеристикою є спільна суспільно-громадська взаємна допомога у процесі досягнення поставленої мети.

У досить популярній енциклопедії, виданої вітчизняними вченими-економістами кооперація (латин. cooperation, coopero - співробітничаю) – трактується як форма добровільного об'єднання між собою фізичних і юридичних осіб для колективної виробничої, підприємницької, торговельної чи споживчої діяльності на засадах демократичного управління й поєднання особистих і громадських інтересів [1, с. 307-308]. Характерно, що у цьому визначенні фігурують як фізичні так і юридичні особи. Тобто, акцент робиться на тому, що кооперація може здійснюватися не тільки між фізичними, але й юридичними особами. Якщо

ж, при умові, що кооперування виробництва здійснюється тільки між підприємствами (тобто тільки між юридичними особами), то це може бути досить суттєвою ознакою, що відрізняє кооперацію від кооперування.

Цікаво, що у вище вказаній праці дається ще визначення поняття "кооперації праці" – як форми організації праці, виконання робіт, що заснована на спільній участі в єдиному трудовому процесі значної кількості працівників, що виконують різні операції цього процесу [1, с. 309]. Виокремлення поняття "кооперації праці" авторами є виправданим, так як багато вчених підмінюють його більш широкого за змістом поняття "кооперація". Вважаємо, що такий підхід до визначення наукових термінів сприяє більш глибокому вивченню інших важливих ознак поняття "кооперація", а отже, і відповідно, більш детальному вивченню проблем кооперації з метою їх подальшого вирішення на практиці.

Що ж до змісту поняття "кооперування", то автори вказаної енциклопедії зводять його до що – встановлення довготривалих виробничих зв'язків між підприємствами, кожне з яких спеціалізується на виробництві окремих частин єдиного виробу (предмета) [1, с. 309]. Тобто і тут таке співробітництво повинно бути довготривалим, оскільки тимчасове співробітництво не зможе дати позитивного ефекту і згодом призведе до невиправданих простоїв у виробництві.

У підготовленому посібнику відомого українського вченого Гальчинського А. кооперація визначається як особлива форма тривалих раціональних виробничих зв'язків між спеціалізованими самостійними підприємствами порівняно з іншими підприємствами, які не мають таких зв'язків [2, с. 309]. Вище зазначені нами аргументи дозволяють стверджувати, що це визначення у більшій мірі розкриває сутність поняття кооперування виробництва, аніж кооперації.

Розглядаючи змістовний аспект визначення поняття, не можна не обминути його етимологію. Так, відомий дослідник кредитної кооперації Гончаренко В.В. стверджує, що слово "кооперація" (від лат. cooperatio) дослівно перекладається як "співпраця".Цей термін, як вважає автор, застосовують тоді, коли мова йде про кооперацію як процес об'єднання трудових, матеріальних, інтелектуальних та інших ресурсів для спільної праці й досягнення певної мети. Тоді є сенс говорити про кооперація праці, кооперування, міжгосподарську кооперацію та ін. [3, с. 12]. На нашу думку всі ці поняття не можна ототожнювати, так як вони є різними і мають свої особливості, які ще потрібно більш детально розглядати і конкретизувати.

Основні характерні ознаки змісту поняття "кооперація" зображені нами на рис.1.

Як видно із цього рисунку визначальним у змісті поняття "кооперація" є система, так як кооперація є важливим системоутворюючим елементом суспільно-економічних відносин. Якщо трактувати систему – як сукупність взаємопов'язаних елементів, то тоді кооперацію

слід сприймати як систему у які з'єднуються певні елементи, компоненти для вирішення спільної поставленої мети. Безумовно, кооперацію слід сприймати як досить складне поняття, бо воно охоплює всю систему суспільно-економічних відносин, у тому числі включає у себе різноманітні правові та моральні аспекти.

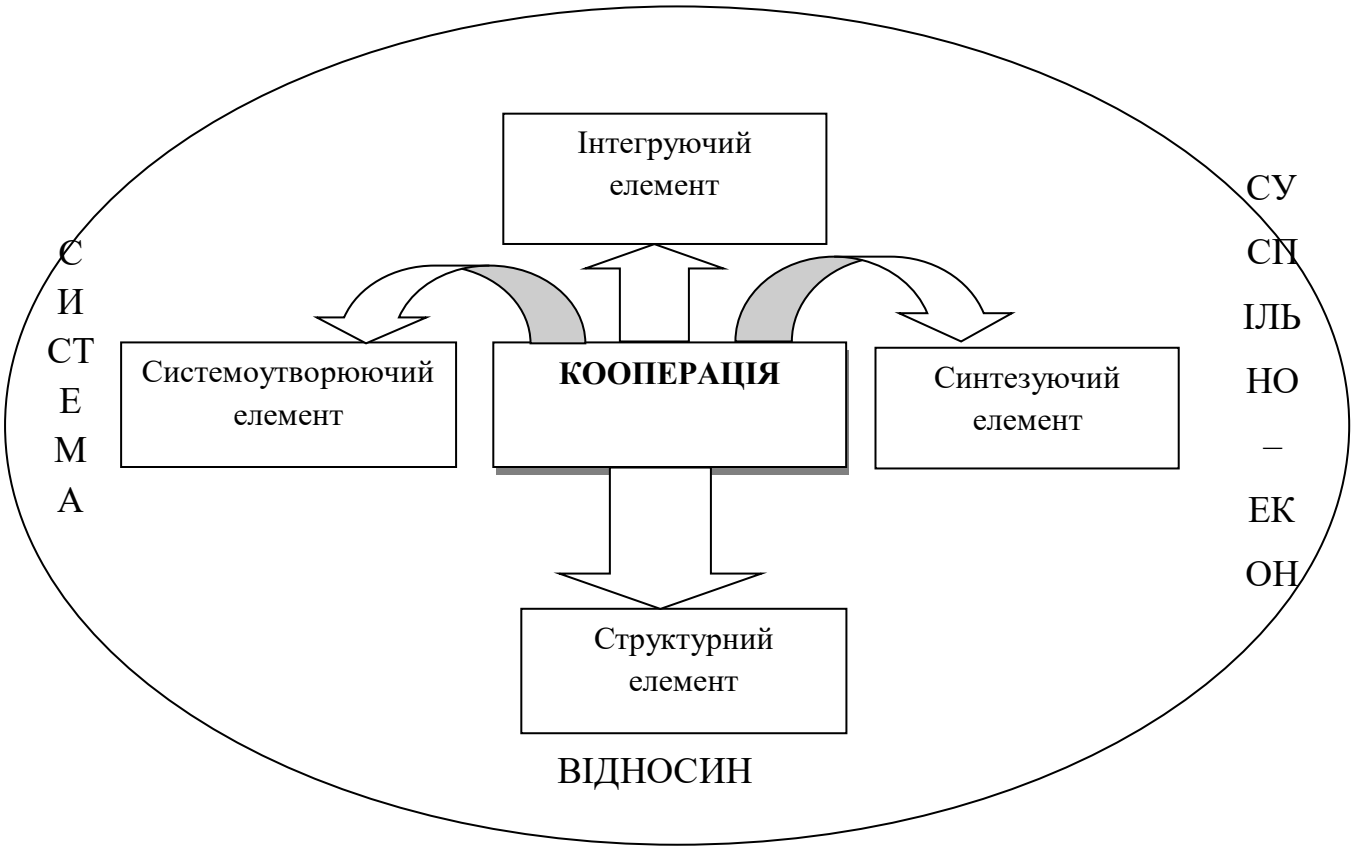



Рис. 1. Основні характеристики змісту поняття "кооперація"

Отже, можемо визначити зміст поняття "кооперації" наступним чином: кооперація – це специфічний інтегруючий, синтезуючий, структурний, системоутворюючий елемент системи суспільно-економічних відносин, що покликаний забезпечувати співробітництво і взаємодію суб'єктів різних економіко-правових форм господарювання для досягнення спільної мети з мінімізацією витрат.

**Список використаних джерел**

1. Енциклопедія бізнесмена, економіста, менеджера / Р.С. Дяків та ін.; За ред. Р. Дяківа. К.: Міжнародна економічна фундація, 2000. - 704с.

2. Гальчинський А.С. Основи економічних знань Навчальний посібник / А.С. Гальчинський, П.С. Єщенко, Ю.І. Палкін. – К.: Вища шк., 2002. -543с.: іл.

3. Гончаренко В.В. Кредитна кооперація. Форми економічної самодопомоги сільського і міського населення у світі та в Україні (теорія, методологія, практика). – К.: Глобус, 1998. – 330 с.

**Просович Ольга,** к.е.н., доцент
**Малішевська Божена,** студент,
кафедра менеджменту організацій
Національний університет «Львівська політехніка»,
м. Львів

# ЧИННИКИ ГАЛЬМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ

Сьогодні, в еру нових технологій та засобів масової інформації, кожен розуміє, що швидкість розвитку держави та її економічної системи більшою мірою залежить від впровадження інновацій та ефективного застосування новітніх технологій ніж від зосередження лише на раціональному використанні наявних ресурсів.

Інколи нововведення та інновації боляче та неохоче сприймаються як працівниками, так і менеджерами різного рівня, проте саме завдяки радикальним нововведенням, що мають високий потенціал ринкового проникнення, підприємці можуть отримати додатковий прибуток [1, с. 187]. В умовах насиченості та глобалізації ринків конкурувати та бути прибутковим стає все важче. На сучасному етапі саме управління інноваційним розвитком орієнтоване на досягнення комерційних цілей у довгостроковому періоді в умовах добросовісної конкуренції.

На жаль, сьогодні в Україні є багато чинників, які суттєво перешкоджають комплексному впровадженню та управлінню інноваціями. По відношенню до середовища організації їх можна поділити на зовнішні та внутрішні. Серед зовнішніх чинників виділяють екзогенні, тобто ті, що обумовлені розвитком макросистеми загалом (загальноекономічні, соціальні, нормативно-правові, зовнішньоекономічні, політичні, тощо) та ендогенні, які визначають середовище інноваційного розвитку економічної системи (НТП, ресурсне забезпечення, рівень передачі технологій, інноваційна інфраструктура, національні пріоритети науково-технічного розвитку, тенденції ринку інновацій, тощо) [2, с. 145].

Внутрішні чинники можна поділити на п’ять самостійних груп: 1) організаційно-управлінські − стан менеджменту,здатність до інновацій та змін, структура управління, кваліфікація персоналу; 2) технологічні − орієнтація на використання сучасних технологій; 3)економічні − достатність ресурсів, якість активів і пасивів, ступінь ризику, тривалий період окупності нововведень; 4)соціально-психологічні –корпоративна культура, ставлення, очікування та реакція співробітників на запроівдження в організації інновацій; 5) ринковий – наявність розробок нових продуктів, здатність ефективно діяти наринку.Ці чинники в сукупності відображають інноваційний потенціал організації.

У розвинутих країнах зростає наукоємність ВВП, збільшується кількість зайнятих у науково-технічній сфері, нарощуються засоби на її фінансове та ресурсне забезпечення. Світовий ринок наукоємної продукції зростає в 2—2,5 рази швидше порівняно з темпами росту світової економіки. В Українізагрозливою тенденцією є погіршення динаміки рівня витрат на науково-технічну діяльність, задовільним значенням яких вважається 2 % від ВВП . Питома вага загального обсягу витрат на науково-технічну сферу в Україні не перевищує 1% ВВП (у 2016 році – 0,3%)[3].Відсутність державної підтримки науково-технічної та інноваційної діяльності призвело до зниження якості української науки через застарілість дослідницької інфраструктури та відсутність зацікавленості наукою у молоді через низьке матеріальне стимулювання праці.

Аналіз гальмівних чинників інноваційного розвитку дає підставиствердджувати, що реальна економіка в Україні не відповідає базовим принципам її ринковоїорганізації. Ідеться про спотворення основ ринкової економіки як такої, а саме: інституту власностіта економічної конкуренції. Суспільство не спромоглося ще завершити інституціалізацію відносинвласності, через що номінальні власники економічних активів є незахищеними та недовіряють власній державі. Суб'єкти господарювання поставлені у нерівні, дискримінаційні умови доступу доекономічних ресурсів. Інтерес власників великого бізнесу прикутий не до інновацій, а дорозширення своїх бізнес-імперій шляхом поглинання та приватизації інших підприємств [4, с.21].Якщо проаналізувати усі фактори, то можна зазначити, що таких втрат та нестабільної ситуації в Україні не було навіть у кризовому 2008 році.

Отже, запровадження інновацій в Україні – це важлива та необхідна складова економічного розвитку. Для прискорення переходу до інноваційного шляху розвиткунеобхідно, у першу чергу, сформувати сприятливе економічне, політичне та правове середовище у країні.Опираючись на науковців і підприємців держава має визначитися зі стратегічними пріоритетами інноваційногорозвитку країни, реалізація яких потребуватиме також державних інвестиційних ресурсів тарозроблення гнучкої регуляторної політики стимулювання інноваційного бізнесу.

**Список використаної літератури:**

1. МельниченкоО.А. Інноваційно-інвестиційна модель розвитку національної економіки: соціально-економічні та державно-управлінські аспекти [Електронний ресурс] / О.А.Мельниченко // Державне будівництво. –2011. – № 1. –Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/e-journals/DeBu/2011-1/index.html

2. Касьяненко В. О. Стимулювання інноваційного розвитку в контексті реалізації структурної політики [Електронний ресурс] / В. О. Касьяненко // Економіка і суспільство. – 2017. - №8. – Режим доступу до ресурсу: http://www.economyandsociety.in.ua/journal/8_ukr/24.pdf.

3. Державна статистика України [Електронний ресурс] // Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/.

4. Найдич Н. М. Чинники гальмування модернізації вітчизняного виробництва / Н.М.Найдич // Інноваційна економіка. – 2013. – №3. – С. 20–23.

**Пушкарчук Ірина,** к.е.н., доцент,
**Мишко Ольга,** к.е.н, доцент
Луцький національний технічний університет,
м. Луцьк

# РОЛЬ ПІДПРИЄМНИЦТВА РІЗНИХ СФЕР ВИРОБНИЦТВА У КАПІТАЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Підприємництво є базовим фактором фінансової стабілізації та капіталізації національної економіки, адже сприяє розвитку реальної економіки, нарощенню виробничого, індустріального і науково-технічного потенціалу держави. Рівень розвитку підприємництва детермінує й рівень, якість і спрямованість економічного розвитку країни, тому актуальним вбачається систематичний аналіз динаміки й особливостей розвитку підприємницької діяльності задля своєчасного реагування та прийняття адекватних рішень, що дозволять активізувати та інтенсифікувати розвиток національної економіки. Аналізуючи рівень розвитку підприємництва та його роль в національній економіці, необхідно досліджувати таку діяльність за сферами, а також видами економічної діяльності, оскільки економіка будь-якої країни є єдиною системою суб'єктів підприємництва взаємопов'язаних видів економічної діяльності та сфер виробництва.

Проблематика розвитку підприємництва, механізмів його активізації, державного регулювання та стимулювання в цілому, а також за окремими сферами виробництва й видами економічної діяльності є об'єктом наукових досліджень вітчизняних і зарубіжних науковців. Зокрема, ці наукові проблеми є колом теоретичних та прикладних дослідження таких науковців, як В.Акімов, Р.Алієв, О.Амосов, О.Амоша, Л.Беззубко, Т.Березянко, І.Бланк, З.Варналій, І.Вахович, В.Геєць, Т.Говорушко, В.Горфинкель, В.Гриньова, Л.Дейнеко, І.Дмитрієв, М.Долішній, Ю.Драчук, В.Котляренко, І.Кривов'язюк, В.Кунін, В.Ляшенко, С.Мочерний, Н.Носова, Й.Петрович, О.Рудницька, Г.Староватов, І.Федулова, Г.Черевко, Н.Чумаченко, Л.Шинкарук та інші. Водночас спостерігається брак комплексних аналітичних досліджень особливостей розвитку підприємництва за сферами виробництва в економіці України, видами економічної діяльності, розмірами підприємницької діяльності, які б давали змогу виявляти динаміку й тенденції таких процесів, сильні та слабкі сторони структурного розвитку економіки, пріоритети і стратегічні орієнтири розвитку вітчизняної економіки та її структурної трансформації, а також розробляти дієві механізми гармонізації структури національної економіки на шляху її капіталізації.

Щодо капіталізації економіки на будь-якому рівні, то серед науковців спостерігається

розходження поглядів з приводу розуміння даної категорії. На основі проведеного теоретичного аналізу, можна виділити такі підходи науковців до трактування капіталізації економіки регіону: 1) як процес приросту (нарощування) вартості активів регіону; 2) як процес залучення різних видів капіталу; 3) як оцінку капіталу (активів) регіону; 4) як показник вартості активів регіону; 5) як систему економічних відносин.

На нашу думку, капіталізація економіки регіону є процесом кількісно-якісної зміни стану регіону, що охоплює систему економічних відносин та, в кінцевому підсумку, результат такого процесу слугує показником (критерієм) економічного розвитку регіону.

І загалом, вважаємо, у широкому розумінні *капіталізацію економіки регіону* варто розглядати як процес нарощення економічного потенціалу регіону на основі формування та залучення різних видів капіталу, оптимального їх розподілу, накопичення й ефективного використання, а також формування позитивного іміджу регіону для цілей регіонального розвитку у коротко- та довгостроковій перспективі.

Основою капіталізації економіки регіону є капіталізація соціально-економічних систем нижчого рівня, тобто регіональних суб'єктів господарювання. Таким чином, рівень капіталізації економіки регіону залежить від підприємницької активності його суб'єктів господарювання за усіма видами економічної діяльності.

Підприємництво – надзвичайно багатопрофільна господарська діяльність, що охоплює практично всі сфери суспільного виробництва та види економічної діяльності. Відповідно до умов та участі у створенні суспільного продукту, національна економіка поділяється на дві сфери: матеріального виробництва і нематеріального виробництва. Таким чином, двома основними сферами для здійснення підприємницької діяльності є сфера матеріального виробництва (виробнича сфера) і сфера нематеріального виробництва (невиробнича сфера).

Масштаби підприємництва за будь-яким видом економічної діяльності та сферою суспільного виробництва відображає кількість суб'єктів господарювання. В цілому на території України функціонує понад 1,9 млн суб'єктів господарювання [1]. У структурі суб'єктів господарювання більшу частку складають підприємства, аніж фізичні особи-підприємці.

Кількість зареєстрованих підприємств за кожним видом економічної діяльності свідчить про її привабливість для підприємницької діяльності. Найбільша чисельність суб'єктів підприємництва спостерігається у сфері надання послуг матеріального характеру й, зокрема, у торгівлі. Такий розподіл за видами економічної діяльності можна пояснити впливом чинника обіговості капіталу, яка є найбільшою на підприємствах оптової та роздрібної торгівлі [2, с. 79].

Загалом в Україні понад 70% суб'єктів господарювання задіяні у сфері надання матеріальних послуг і понад 13% у сфері виробництва матеріальних благ. У сфері ж виробництва нематеріальних послуг і надання нематеріальних благ відмічається відповідно близько 6,7% і 6,8% загальної чисельності суб'єктів підприємництва [1]. Такий розподіл суб'єктів господарювання за сферами суспільного виробництва цілком очевидний, адже, сфера матеріального виробництва є пріоритетною і стратегічно важливою частиною національної економіки, що забезпечує населення усіма необхідними для існування предметами споживання і засобами праці, а тому її продукція є исоко затребуваною.

Згідно співвідношення обсягів реалізованої продукції (робіт, послуг) суб'єктами господарювання за видами економічної діяльності у 2010-2016 роках, найбільшу частку становлять обсяги реалізації продукції суб'єктів господарювання, які належать до промисловості та торгівлі [1], що визначає їх першочергову і визначальну роль в економіці України.

Якщо ж розглядати за сферами виробництва, то найбільші обсяги реалізованої продукції спостерігаються саме за суб'єктами господарювання у сфері матеріального виробництва і, зокрема – у сфері надання послуг матеріального характеру. На суб'єкти господарювання сфери виробництва матеріальних благ у загальній структурі обсягу реалізованої продукції припадало понад 40% загальної його величини.

Щодо обсягів валової доданої вартості, то у сфері виробництва матеріальних благ створюється понад третина її загальної величини, створеної усіма суб'єктами господарювання в економіці України. Понад 22% загального обсягу валової доданої вартості створюється у промисловості, від 8% до 12% – у сільському, лісовому та рибному господарстві, понад 2,6% – у будівництві, понад 16% – у торгівлі [1].

Проведений аналіз підтверджує вагомість та масштаби підприємництва у різноманітних сферах і видах економічної діяльності та, головним чином, у сфері виробництва матеріальних благ. Проте, на жаль, розвиток підприємництва у сфері виробництва матеріальних благ характеризується недостатньою ефективністю. Також відслідковуються серйозні структурні деформації вітчизняної економіки. Тому нині необхідно змінити пріоритети в економічній політиці та структурному розвитку економіки України. Насамперед, забезпечення збалансованості та пропорційності розвитку вітчизняної економіки потребує зосередження більшої уваги на механізмах стимулювання та активізації розвитку наукомісткого матеріального виробництва, що дозволить задовільнити потреби як внутрішнього, так і зовнішнього ринку у конкурентоспроможній продукції.

**Список використаних джерел:**

1. Офіційний сайт Державної служби статистики України. – Режим доступу : http://www.ukrstat.gov.ua.

2. Дмитрієв І. А. Активізація підприємницької діяльності промислових підприємств : дис. … д-ра екон. наук : 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)» / І. А. Дмитрієв ; Східноукр. нац. ун-т ім. В.Даля. – Луганськ, 2010. – 379 с.

**Руда Олеся,** студент
Науковий керівник: Завидівська О.І., к.е.н., доцент
Львівський інститут ДВНЗ «Університет банківської справи»,
м. Львів

# КРАУДСОРСИНГ ТА ЙОГО РОЛЬ В УПРАВЛІННІ ОРГАНІЗАЦІЄЮ

Дуже часто «супепрофесіоналізм» фахівців блокує «свіжий» погляд на вирішення проблем, заважає дивитися на ситуацію під іншим кутом зору. Усе це знижує ефективність та оптимальність прийнятих рішень, тобто традиційні підходи вже не спрацьовують. Для ефективності роботи з інноваціями потрібні сучасні технології, які дозволяють відстежувати креативні ідеї на відповідних стадіях розвитку і оцінювати віддачу після завершення їх втілення. Надзвичайно важливим це є сьогодні, коли в світі відбувається швидка зміна всіх процесів. Особливої актуальності набувають пошуки нових методів і інструментів прийняття рішень. І це можна зробити за допомогою використання нової технології в роботі організації – краудсорсингу.

Краудсорсинг (англ.crowdsourcing, crowd – «натовп» і sourcing – «використання ресурсів») – передача певних виробничих функцій невизначеному колу осіб на підставі публічної оферти, що не припускає укладення трудового договору [1].

Вперше термін «краудсорсинг» ввів редактор і журналіст Джефф Хау (Jeff Howe). Пізніше переваги нової технології він розкрив у книзі «Краудсорсинг: колективний розум як інструмент розвитку бізнесу» (Crowdsourcing: Why the Power of the Crowd Is Driving the Future of Business) [2]. Суть краудсорсингу полягає в тому, що завдання пропонується необмеженому колу людей в незалежності від їх професійної, вікової та статусної приналежності. Учасники краудсорсинг-проектів утворюють спільноту, яка шляхом обговорення обирає найбільш ефективне рішення. Для учасників це спосіб реалізувати сої знання та вміння.

Дж. Хау довів, що групи аматорів, які працюють над певною задачею, частіше отримують кращі результати, ніж професіонали, тому що «для будь-якої роботи найбільше підходить той, хто найбільше хоче її виконати» [2].

Краудсорсинг − передача певних виробничих функцій невизначеному колу осіб, для отримання необхідних ідей, послуг, спрямоване головним чином до онлайнової спільноти, координуючи при цьому свою діяльність за допомогою інформаційних технологій [3].

Краудсорсинг є способом залучення «колективного розуму» різноманітних індивідів до вирішення проблеми організації, продуктивного досягнення її цілей.

Напрацювання вітчизняних та зарубіжних дослідників в сфері застосування краудсорсингу в менеджменті дозволило визначити якісну зміну типового процесу управління, що налічує 5 ключових етапів [2; 3]:

1. Визначення та формулювання завдання, для якого здійснюється пошук рішення. Знижується рівень невідповідності між баченням керівників і «крауду» (споживачів) найбільш ефективного управлінського рішення.

2. Вибір найбільш компетентних виконавців. Відбираються найкращі експерти.

3. Вибір методу рішення і спосіб дії. Публічний підхід до процесу вироблення і прийняття рішень дозволяє знайти більш ефективний варіант.

4. Встановлення контрольних показників, за якими буде досягнуто єдине розуміння критеріїв, що використовуються для досягнення мети.

5. Оцінка успішності досягнення результату. Публічне підведення підсумків роботи забезпечує об'єктивність оцінки.

Найбільш розповсюдженими технологіями краудсорсингу є:

1) інтелектуальний краудсорсинг – технологія інтелектуальної співпраці поєднаних соціальними мережами носіїв неявних знань, що спрямовується на сумісне створення інтелектуального продукту, технологія мережевої інтеграції неявних знань великої кількості людей («натовпу»), інтелектуальна взаємодія яких не має територіальних, корпоративних, професійних, соціальних, культурних та ін. обмежень. «Краудсорсинг йде своїми коріннями в базовий егалітарний принцип: кожна людина має знання і таланти, які можуть виявитися потрібними іншим людям. У більш широкому сенсі краудсорсинг передбачає формування зв'язків між людьми» [1];

2) краудрекрутинг (crowd-recruiting) – забезпечення інноваційної фірми необхідними їй трудовими ресурсами шляхом пошуку персоналу у соціальних мережах [4];

3) краудфандинг (donation of crowd – добровільній внесок натовпу) – технологія колективного фінансування інноваційних проектів. Краудфандинг визначають як «фінансування з миру по нитці», «соціальний банк», «колективний гаманець». На думку Дж. Хау, «краудфандинг не залежить від знань, творчої енергії і поглядів широких кіл населення. Тут йдеться про залучення їх доларів, фунтів та песо». Як відомо, залежно від джерела коштів фінансування інновацій може бути державним, корпоративним, індивідуальним (наприклад, інвестиції бізнес-янголів) та ін. Краудфандинг – це технологія соціального фінансування інновацій через інтернет- мережі, технологія соціальних інвестицій [5].

Однією з найважливіших переваг краудсорсингу є радикальне зниження вартості та часу досягнення результату. Ключовою відмінністю краудсорсингу від традиційних

комунікаційних інструментів є однозначна направленість на дію. Людина не просто витрачає свої ресурси, вона спрямовує їх на виконання конкретного завдання.

Підсумовуючи, можна сказати, що успіх краудсорсингу буде залежати від ефективного поєднання існуючих ідей; чіткості формування цілей; використання інтуїтивно зрозумілих натовпу інструментів; уміння залучати співтовариство. Саме краудсорсинг сьогодні може стати ефективним інструментом, який буде сприяти налагодженню конструктивного діалогу в контексті вирішення проблем.

**Список використаних джерел:**

1. Краудсорсинг: Матеріал з Вікіпедії – вільної енциклопедії // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://ru.wikipedia.org/wiki/Краудсорсинг.

2. Хау, Дж. Краудсорсинг : Коллективный разум как инструмент развития бизнеса / Дж. Хау ; пер. с англ. – Москва : Альпина Паблишер, 2012. – 288 с.

3. Бейкер Д. Инновация модели бизнеса через «краудсорсинг» с использованием социальных сетевых платформ // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://sun.tsu.ru/mminfo/2011/000393746/06 /image/06-087.pdf.

4. Краудрекрутинг – новая технология массового поиска талантов // Компаньон. – 2012. – 31 авг. // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.companion. ua/articles/content?id=208489.

5. Аккерман К. Краудфандінг як фінансовий інструмент // «Україна фінансова»: Інформаційно-аналітичний портал Українського Агентства Фінансового Розвитку // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ufin.com.ua/analit_mat/sdu/139.htm.

**Рибалко Олексій,** аспірант,
Науковий керівник: Сова О.Ю., к.е.н.,доцент
кафедри фінансів Київського університету ринкових відносин
м. Київ

# СУТНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ КРЕДИТНОЇ ПОЛІТИКИ КОМЕРЦІЙНОГО БАНКУ

Найпоширенішою операцією комерційних банків, яка дає їмможливість отримати основну частину доходу, є надання кредитів. Однак, загальні тенденції сучасного розвитку кредитних операцій вітчизняних банків свідчать про суттєве послаблення ролі банківського кредиту в забезпеченні виробничого сектора додатковими фінансовими ресурсами. Саме тому, одним із головних завдань, що постаютьперед керівництвом банківських установ, є правильне формування кредитної політики.

У реаліях функціонування ринкового механізму господарської діяльності комерційного банку важливо поєднати два визначальні його елементи: націленість на прибуток та обережність при здійсненні кредитних операцій. Вочевидь, зростання обсягів наданих кредитів при недостатності капіталу і сформованих резервів під кредитні ризики значною мірою знижує стабільність банківської установи. З іншого боку, банки змушені адаптуватися до умов конкурентного середовища з метою попередження процентних ризиків і втрати доходу[1, с. 133].

Кредитна політика створює необхідні загальні передумови для ефективної праці персоналу банку, знижує ймовірність помилок при прийнятті рішень. Таким чином, кредитна політика банку визначається, по-перше, пріоритетами у виборі клієнтів і кредитних інструментів (сегментації ринку); по-друге, нормами та правилами, що регламентують практичну діяльність банківського персоналу, який реалізує ці пріоритети на практиці. Вона допомагає банку сформувати такий кредитний портфель, який дозволить забезпечити прибутковість діяльності банку, контроль рівня ризику та відповідність нормативним вимогам, що висуваються регулюючими органами. Отже, кредитна політика відображає фактичний склад кредитного портфеля банку та вибір його структури [2, с. 959-960].

При проведенні кредитної політики комерційні установи виходять із необхідності поєднання інтересів банку, його акціонерів і суб'єктів господарської діяльності з урахуванням загальнодержавних інтересів. Головна мета кредитної політики банку – досягнення комерційного зростання шляхом зміцнення та підвищення надійності та якості кредитного портфеля. Отже, основна проблема ефективної кредитної політики банку полягає

в розробленні обґрунтованих, комплексних підходів, а також методичного забезпечення процедури формування і організації якісного управління кредитним портфелем банку в ризиковому середовищі.

У теперішній час банківські установи зазнають значних збитків саме від кредитної діяльності, оскільки багато з них проводять занадто ризиковану кредитну політику. Така ситуація ускладнюється політичною та економічною кризою в суспільстві, оскільки значна кількість позичальників зазнають проблем у веденні основної діяльності, не мають змоги вчасно погашати кредитні зобов'язання перед банками.

Метою управління кредитними ризиками є максимізація рівня регулювання ризиків, повернення кредитів шляхом підтримання кредитних ризиків потенційних втрат у прийнятних межах. Банки потребують управління кредитними ризиками, що притаманні портфелю активів у цілому, так і ризиками, що притаманні окремим кредитам або операціям [3, с. 123].

На формування кредитної політики банку впливають його зовнішнє та внутрішнє середовище. Зовнішні чинники полягають у площині поглиблення фінансової кризи, стану економіки та політичної ситуації в країні. До цих факторів належить грошово-кредитна політика Національного банку, рівень інфляції, попит на кредитування, рівень конкуренції на ринку фінансових послуг, рівень цін на банківські послуги, розмір доходів населення. Внутрішні чинники пов’язують з надійністю, стійкістю, конкурентоспроможністю банку. Внутрішні фактори, які можуть впливати на кредитну політику банку – це організація роботи банку, його кредитний потенціал, ступені ризику та прибутковості, цінова політика, специфіка функціонування, наявність професійного персоналу. Визначаючи власну кредитну політику банк обов’язково повинен аналізувати ці чинники [4, с. 587].

На сучасну кредитну політику комерційних банків Українегативно впливають наступні фактори:

– нерівномірність регіонального розвитку банківської системи;

– жорстка міжбанківська конкуренція за відсутності значних різниць у відсоткових ставках по депозитах та кредитах, що приводить до скорочення маржі;

– високі кредитні ризики та недосконалі методи їх оцінки й управління;

– нестійка ресурсна база банків внаслідок відтоку депозитів;

– недосконалість нормативного забезпечення кредитних відносин;

– зростання політичних і економічних ризиків, що призводить до уповільнення споживання та скорочення кількості платоспроможних позичальників.

Отже, кредитна політика обумовлює організацію кредитної діяльності банківської установи, є основою для процесу кредитування та визначає його параметри та особливості.

**Список використаних джерел:**

1. Полятикіна Л.І. Особливості кредитної політики на сучасному етапі економічного розвитку / Л.І. Полятикіна // Актуальні напрями забезпечення ефективності економіки країни: збірник матеріалів Міжнар. наук.-практ. конф., (м. Запоріжжя, 8-9 квітня 2016 р.).- Запоріжжя : Східноукраїнський інститут економіки та управління, 2016. – Ч. 2. –С. 132-136.

2. Аванесова Н.Е. Кредитна політика банківських установ: стратегічні аспекти та ризики / Н.Е. Аванесова, Ю.М. Вознікова // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2015. – № 8. – С. 956-961.

3. Сова О.Ю. Напрями вдосконалення управління кредитними ризиками комерційних банків / О.Ю. Сова // Чернігівський науковий часопис. Серія Економіка і управління. – 2012. – № 1. – С. 120-126.

4. Бикова О.В. Оцінка ефективності кредитної політики банку / О.В. Бикова, О.В. Марченко // Молодий вчений. – 2017. – № 3 (43). – С. 586-589.

**Скіра Руслана,** студентка ІІ курсу
кафедри менеджменту і міжнародного підприємництва
Інституту економіки і менеджменту НУ “Львівська політехніка»
Науковий керівник: **Лакіза В.В.,** старший викладач
кафедри менеджменту і міжнародного підприємництва
Інституту економіки і менеджменту НУ “Львівська політехніка»,
м. Львів

# ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ УКРАЇНИ

Залучення зовнішніх інвестицій є необхідною передумовою розвитку і ефективного функціонування сучасної економіки. Іноземні інвестиції дають можливість реалізації інноваційних проектів, створюють нові робочі місця, стимулюють економічний ріст, сприяють залученню робочої сили, ефективно використовують ресурси. Але ряд статистичних даних останніх років свідчить про те, що інвестиційна привабливість України вже тривалий час є низькою. Тому надзвичайної актуальності набуває дослідження факторів, які перешкоджають притоку іноземних інвестицій на територію України,а також ймовірних напрямів покращення інвестиційної привабливості країни загалом.

Сталий розвиток держави тапозитивну репутацію забезпечує її інвестиційна привабливість. Для України характерними є низькі рівні капіталовкладень і притоку інвестицій, тому дані проблеми на момент сьогодення потребують якнайшвидшого вирішення.

Основною характеристикою інвестиційної привабливості є індекс інвестиційної привабливості, який двічі на рік розраховується Європейською Бізнес Асоціацією і відображає стан бізнес-клімату України[1]. У 2017 р.він помітно зріс і становив 3,15 бали за 5-бальною шкалою. 2016р. року індекс становив: 2,88 та 2,85 бали у червні та грудні відповідно. Останній раз позначка індексу перетинала рубіж у 3 бали лише наприкінці 2011 р.. Європейська Бізнес Асоціація провела опитування серед керівників 142 найбільших міжнародних та українських компаній. Результати опитування показали, що негативні настрої бізнесменів не зникли, проте дещо послабшали [2].

У рейтингу країн за інвестиційною привабливістю BDO InternationalBusinessCompass (IBC) 2016, складеного Гамбурзьким інститутом світової економіки (HWWI) спільно з німецькою аудиторською компанією BDO AG, Україна опустилася на 41 сходинку в порівнянні з минулим роком, і посіла 130 місце серед 174 країн. Сусідами України по даному рейтингу є Алжир (129) та Ірак (131). BDO InternationalBusinessCompass оцінює

привабливість країни за трьома вимірами: економічними, політико-правовими та соціально-культурними умовами. Саме політико-правові фактори ведення бізнесу – політична нестабільність, корупція, незадовільний стан верховенства права та неефективна регуляторна політика (153 місце) найбільш негативно вплинути на загальний рейтинг інвестиційної привабливості України[3].

Прямі інвестиції (акціонерний капітал) з країн світу в економіці України станом на 1 липня 2017 р. становлять 38981,5 млн. дол. США. А станом на 01.07.2016 р.їх величина складала 44790,7 млн. дол. США., що свідчить про негативну,попри збільшення інвестиційної привабливості України, статистику притоку капіталу[4].

Також, потрібно відзначити, що на фоні низької інвестиційної привабливості призупиняється розвиток інновацій. За даними GlobalInnovationIndex 2017, Україна посідає 50 місце серед 127 країн світу з оцінкою37,6 балів, а у 2016 році посідала 56 місце з оцінкою 35,7 балів[5]. Це свідчить про те, що Україна є недостатньо розвиненою країною в умовах динаміки науково-технічного процесу, а відтак притік іноземного капіталу забезпечать прямі іноземні інвестиції, що, в свою чергу, будуть продукувати розвиток інновацій.

Незважаючи на послаблення негативних настроїв інвесторів, серед позитивних змін респонденти виокремлюють: відкритість державних даних, поступову дерегуляцію, помітний розвиток електронних сервісів, спрощення процедури отримання дозвільних документів на будівництво, мораторій на перевірки, послаблення валютного контролю, запровадження інституту приватних виконавців, прийняття закону про squeeze-out тощо. Це свідчить про те, що заходи держави щодо інвестиційної політики починають бути більш дієвими та ефективними.

Проте, основні проблеми досі залишаються не вирішеними. До них насамперед належать боротьба з корупцією; незакінченість та гальмування впровадження судовоїта земельної реформ; необхідність перегляду (зниження) ставок кредитування бізнесу; вирішення конфлікту на Сході; активізування боротьби з тіньовою економікою.Вирішення цих та багатьох інших проблем повинно покращити інвестиційну привабливість України.

Отже, Україна стоїть на порозі змін, але, щоб його переступити, їй необхідний поштовх, який, у тому числі, можуть надати іноземні інвестиції. Покращення оцінки інвестиційної привабливості характеризується тільки виходом рейтингу країни з негативного сектору в нейтральний, що свідчить про ефективні, однак недостатні заходи щодо покращення інвестиційної привабливості, тому необхідно якнайшвидше вирішувати ключові проблеми, наведені нами вище.

**Список використаних джерел:**

1. Європейська Бізнес Асоціація [Електронний ресурс] // EuropeanBussinesAssociation. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: https://eba.com.ua/about-us/.

2. Інвестиційна привабливість [Електронний ресурс] // BDO InternationalBusinessCompass (IBC). – 2016. – Режим доступу до ресурсу: http://www.eba.com.ua/uk/component/k2/item/7?Itemid=13.

3. Червякова В.В., Основні проблеми та перспективи підвищення інвестиційної привабливості України // Науковий журнал – 2017 - №4. с.143.

4.Прямі інвестиції (акціонерний капітал) з країн світу в економіці України[Електронний ресурс]: за даними Держ. Ком. Статистики України 2017 р. – Режим доступу до ресурсу:http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2017/zd/ivu/ivu_u/arh_ivu2017_u.html.

5. Analysis of innovation index [Електронний ресурс] // The Global Innovation Index. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: https://www.globalinnovationindex.org/analysis-indicator.

**Стащук Олена, к.е.н.,**
доцент кафедри фінансів і кредиту
Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки,
м. Луцьк

# ФУНКЦІОНАЛЬНІ АСПЕКТИ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ АКЦІОНЕРНИХ ТОВАРИСТВ

Поняття фінансової безпеки увійшло в науковий обіг в кінці XX століття, проте до сьогодні відсутня єдність у поглядах вітчизняних та зарубіжних науковців щодо висвітлення основних теоретичних та практичних аспектів забезпечення фінансової безпеки суб'єктів підприємницької діяльності. Зокрема, відсутніми є дослідження, які забезпечують вирішення проблеми фінансової безпеки для підприємств різних організаційно-правових форм господарювання, зокрема для акціонерних товариств.

Так, вагомий внесок розвиток теоретичних аспектів фінансової безпеки держави або суб'єктів господарювання внесли такі науковці, як О.І.Барановський, З.С.Варналій, К.С.Горячева, Я.А.Жаліло, Г.А.Пастернак-Таранушенко, І.О.Бланк, Р.С.Папєхін, А.О.Єпіфанов, Є.В.Новосядло, С.В.Васильчак, В.Мак-Мак, В.І.Куцик, Л.В.Ваганова та інші.

Критичний аналіз наукової літератури щодо проблематики фінансової безпеки підприємств дозволив нам запропонувати власний концептуальний підхід до трактування поняття «фінансова безпека акціонерних товариств». Відтак, вважаємо, що фінансова безпека акціонерних товариств – це сукупність методів, важелів та інструментів із забезпечення стану найбільш ефективного використання фінансових ресурсів акціонерних товариств, що дозволяє ідентифікувати та знівелювати негативний вплив зовнішніх та внутрішніх чинників, які впливають на діяльність такого суб'єкта підприємництва, з метою максимізації добробуту, захисту та дотримання балансу фінансових інтересів засновників, дрібних акціонерів та менеджерів корпоративних структур.

Вважаємо, що такий підхід до розуміння поняття фінансової безпеки акціонерних товариств враховує особливості обігу їх фінансових ресурсів та є комплексним по відношенню до усіх видів діяльності. Тому, можна виокремити такі функціональні аспекти фінансової безпеки акціонерних товариств:

1) фінансова безпека як фінансова стійкість та рівновага акціонерних товариств;

2) фінансова безпека акціонерних товариств як властивість системи протистояти їх зовнішнім та внутрішнім загрозам;

3) фінансова безпека акціонерних товариств як захищеність та узгодженість

фінансових інтересів усіх зацікавлених осіб;

4) фінансова безпека акціонерних товариств як максимізація добробуту власників акціонерних товариств;

5) фінансова безпека акціонерних товариств як використання загроз у якості детермінант стійкого розвитку.

В сучасних умовах високотехнологічного розвитку та розростання глобальної конкуренції на ринках товарів і послуг, актуалізуються питання збільшення фінансового потенціалу акціонерних товариств, котрий би з одного боку, забезпечував стабільність функціонування згаданих суб'єктів господарювання, а з іншого – їх економічне зростання. Передумови розширення потенційних джерел фінансових ресурсів закладені у домінантах фінансової безпеки, котрі на практиці, здебільшого не задіються.

На сьогодні, у сфері дослідження фінансової безпеки підприємницького сектору, науковці і практики, переважно, акцентують увагу на ідентифікації загроз фінансово-господарської діяльності та виробленні механізму їх протидії. Відтак, поширеним є однобокий підхід до розуміння сутності фінансової безпеки як такого стану, котрий забезпечує захищеність підприємства від зовнішніх і внутрішніх загроз. Натомість, площина підвищення ефективності управління домінантами формування і використання їх фінансових ресурсів, як і їх ідентифікація загалом, залишається поза увагою дослідників.

Враховуючи зазначене, а також, виходячи із власного розуміння фінансової безпеки акціонерних товариств, вважаємо за доцільне зарахувати до складу її функціональних аспектів сферу домінант (переваг, обумовлених ефективним формуванням і використанням фінансових ресурсів суб'єктів господарювання корпоративної форми власності).

**Список використаних джерел:**

1. Єрмошенко М.М. Фінансова безпека держави: національні інтереси, реальні загрози, стратегія забезпечення : монографія / М.М. Єрмошенко. – К. : КНТЕУ, 2001. – 309 с.

2. Єпіфанов А. О. Фінансова безпека підпри- ємств і банківських установ: моногр. / А. О. Єпіфанов, О. Л. Пластун. – Суми: ДВНЗ «УАБС НБУ», 2009. – 295 с.

3. Реверчук Н.Й. Управління економічною безпекою підприєм- ницьких структур: монографія / Н.Й. Реверчук. – Львів: ЛБІ НБУ, 2004. – 195 с.

4. Папехин Р.С. Факторы финансовой устойчивости и безопасности предприятия : дисс…канд. экон. наук: спец. 08.00.10 / Р.С.Папехин. – Волгоград, 2007. – 176 с.

**Свіржевська Валентина**,
Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки,
Науковий керівник: **Борисюк О.**, доцент,
Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки,
м. Луцьк

# МАЛЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Малий бізнес, забезпечуючи надходження податкових та іншого роду платежів до бюджету держави та регіону зокрема, а також створюючи здорове конкурентне середовище в різних галузях економіки, вважається одним з найважливіших чинників соціально-економічного розвитку країни. Проте для України характерна певна недооцінка значення і ролі цього сектору, через що рівень розвитку вітчизняного малого підприємництва на сьогоднішній день набагато нижчий, порівняно із розвиненими країнами.

Таким чином, малий бізнес, займаючи 12-14% ВВП України, в той час якв Італіїйого частка становить 70%, Німеччині – 60%, Франції -52%,Польщі – 47%, Білорусії – 23% та 22% у Росії [1, с. 59].

Варто зазначити, що протягом 2010-2015 років загальна кількість малих підприємств зменшилась на 8,24%. Отож, найкращі показники їхньої кількості на 10 000 осіб наявного населення України зареєстровані у місті Києві, де нараховується 266 малих підприємств, а також Одеській, Київській,Запорізькій областях зі значенням 103, 102 та80 відповідно. Найменша кількість підприємств даного сектору спостерігаєтьсяуСумській (47), Тернопільській та Закарпатській (45), а також Рівненській (43) областях[2].

Діючі на сьогоднішній день малі підприємства найбільшою мірою сконцентрували свою увагу на таких сферах як фінансова діяльність, будівництво,торгівля та сфера послуг.Проте в їхньому розвитку відсутня стала позитивна динаміка. Це, в свою чергу дає підстави говорити про наявність значних проблем, що перешкоджають розвитку малого бізнесу, а також про необхідність формування та реалізації ефективної і, разом з тим, адекватної політики держави щодо підтримки розвитку даного сектору. Так, спрощена система оподаткування та звітності, яку використовують суб'єктималого підприємництва не гарантує їм захисту відадміністративного тиску йзловживань з боку контролюючих та фіскальних органів. Адже часто спостерігаються прояви неправомірногоадміністративноговтручання такі як, наприклад, вимоги про сплату суми податків раніше строків, визначених законодавством України, необґрунтовані перевірки, доведення «планових завдань» щодо платежів до бюджету, які носять негативний вплив на

діяльність малих підприємств. Також, значною мірою, такаситуація пов'язана зі складністю податкової звітності, поширеністюштучних перепон під час її подання, а також упередженістюсудів та контролюючих органів у процесі розгляду відповідних позовів іскарг[1, с. 81-82].

Основними проблемами, що мають економічний характер та спричиняють уповільнення динамічного розвитку малого бізнесу є:

- недостатній обсяг попиту на його товари та послуги;
- надвисокі ціни на матеріали, сировину та енергоносії;
- дефіцит власних коштів, які знаходяться в обігу;
- обмежені виробничі потужності в напрямі нарощування обсягів виробництва;
- обмежений доступ до інвестицій та кредитних ресурсів.

Проте ключові перепони на шляху розвитку даного сектору перебувають поза впливом суто економічних факторів і, в свою чергу, зумовлені непрозорістю відносин між суб'єктами малого підприємництва та владою,недосконалістю державної регуляторної політики, а також відсутністю сприятливого інвестиційного клімату у країні[3, с. 166].

Таким чином, для їхнього вирішеннянеобхідна розробка та впровадження реалістичної довгострокової стратегії, на меті якої стоїть підтримка розвитку малого підприємництва, і яка буде зосереджена на[4, с. 127-128]:

1) побудові конструктивних відносин між суб'єктами цього сектору та владою, які забезпечать лібералізацію системи державного регулювання господарської діяльності малих підприємств та збільшить їхні внески у розвиток національної економіки;
2) створеннідієвоїсистеми, щогарантуватимеїхні права та інтереси;
3) формуванні більш сприятливого середовища для розвитку бізнесу.

Отже, сектор малого бізнесу є найпоширенішою формою реалізації свободи підприємницької діяльності для основної маси громадян, існування якого є передумовою здорової економічної конкуренції.Проте на сьогоднішній день в Україні існує ряд проблем, що перешкоджає його ефективному розвитку та потребує негайного вирішення.

**Список використаних джерел:**

1. Турчак, В.В. Сучасний стан, проблеми та перспективирозвитку малого бізнесу в Україні[Текст] / В.В. Турчак // Молодийвчений. – 2015. - №1 (01). – 137 с.

2. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ukrstat.gov.ua.

3. Папп, В. В. Сучасний стан і тенденції розвитку малого підприємництва в Україні[Текст] / В.В. Папп // Бізнесінформ. – 2013. - №6. – С. 166.

4. Карлін М.І. Управління державними фінансами: [навч. посібн.] / М. І.Карлін, О.В. Борисюк. – Луцьк : ПП Іванюк , 2013. – 273 с.

**Синюра-Ростун Надія**
молодший науковий співробітник
ДУ «ІРД ім. М.І. Долішнього НАН України»
м. Львів
**Кушнірецька Оксана,**
к.е.н., старший науковий співробітник
ДУ «ІРД ім. М.І. Долішнього НАН України»
м. Львів

# РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦТВА У СФЕРІ ОСВІТИ У СВІТЛІ НОВИХ ЗАКОНОДАВЧИХ ЗМІН

Криза традиційної системи освіти (хронічне недофінансування галузі, невідповідність змісту і форм навчання сучасним вимогам суспільства, орієнтація навчальних програм на сьогодення, а не на майбутнє) спонукала до пошуку альтернативних способів отримання знань, які не можливо було зреалізувати у традиційних закладах освіти (дошкільної та шкільної) комунальної та державної форми власності. Попит на освітні послуги спонукав до виникнення нових навчальних закладів, які стали зорієнтовані на освітні запити споживачі, що були готові платити кошти за отримання якісної освіти для своїх дітей. Однак ринок приватних закладів освіти розвивався досить повільно, що було зумовлено невідповідністю інституційної бази, низькою платоспроможністю населення тощо. Отже, основними передумовами виникнення приватних дошкільних та загальноосвітніх закладів стало:

нестача місць у закладах дошкільної освіти державних та комунальних;

криза традиційної системи освіти (змісту і форм отримання знань та навиків);

пошук альтернативних освітніх моделей та форм здобуття освіти для підростаючого покоління.

Невідповідність законодавчо-нормативного забезпечення спричинило до виникнення і функціонування навчальних закладів, які функціонують на напівлегальних засадах. Зокрема засновуються як навчально-розважальні центри, студії, а фактично надають послуги дошкільної освіти. Така форма організації бізнесу не дає можливості контролювати якість наданих послуг, водночас кількість ліцензованих приватних закладів є незначною, оскільки оплата перебування дитини у такому закладі коштує в середньому 5 тис. грн. (для м. Львів).

З прийняттям Закону України «Про освіту» [1] створюються додаткові можливості для розвитку приватних навчальних закладів, які можуть засновуватися фізичними особами підприємцями, юридичними особами, релігійними організаціями, на основі державно-

приватного партнерства (корпоративні). Державно-приватне партнерство може передбачати спільне фінансування закладів освіти (фізичних та юридичних осіб, що провадять освітню діяльність). Для цього заклад повинен мати ліцензію на здійснення освітньої діяльності і такому закладу передається цільовий обсяг коштів у розмірі фінансового нормативу бюджетної забезпеченості одного учня за рахунок коштів державного та місцевих бюджетів [1]. Отже, дитсадки, а також приватні школи, які обґрунтують вартість навчання, отримають додаткові гроші на кожну дитину з держбюджету, такий принцип планують ввести з 1 січня 2019 року. Це дозволить, хоч не значно, але здешевити навчання для споживачів. Наприклад, зараз держава виділяє на навчання кожного учня близько 10 тисяч гривень на рік**,** а для дітей з особливими потребами – близько 25 тисяч**.** Якщо поділити цю суму на 9 місяців навчання, то на місяць держава платитиме приватній школі за одного учня трохи більше тисячі гривень [2].

Закон створює можливості для відкриття приватних садочків забудовниками, хоча вони не будуть безкоштовні, однак попит на такі заклади у містах також перевищує пропозицію. Для здешевлення цього сегменту освіти була ініціатива міської ради Львова дофінансовувати приватні заклади, однак дана Програма [3] не змінила ціну вартості освіти для батьків, оскільки кошти пішли на оновлення матеріально-технічної бази в садках. Для зменшення вартості перебування дитини у приватному садку міській раді потрібно дофінансовувати заклад на суму, яку держава виділяє на дитину у державному закладі [4] та розробити механізми контролю цільового використання скерованих коштів.

На жаль, законом не передбачені додаткові стимули для створення та ведення освітнього бізнесу (пільги, дотації тощо), розвиток та функціонування нових форм і форматів освіти відбувається як відповідь на сучасні тенденції розвитку глобалізованого суспільства. Освіта перестає трактуватися як витратна сфера та поступово стає привабливим інвестиційним сектором для бізнесу. Прикладом є створення навчальних закладів дошкільної та початкової освіти «Холдингом емоцій «!FEST» у м. Львові, зокрема це: дитячий садочок «Леосад», «Школа вільних та небайдужих» та мережа садків «Веселі та розумні» [5].

**Список використаних джерел**

1. Закон України «Про освіту» [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2145-19/print.

2. Нова українська школа [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://nus.org.ua/articles/.

3. Програма забезпечення прав дітей дошкільного та шкільного віку на здобуття освіти у закладах міста Львова приватної форми власності [Електронний ресурс] – Режим

доступу: https://www8.city-adm.lviv.ua/inteam/uhvaly.nsf/(SearchForWeb)/94DFF3DC7B5B05D5C22580FE0034D742?OpenDocument.

4. Приватні дитсадки та школи Львова отримають фінансову підтримку від міста [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://tvoemisto.tv/news/pryvatni_dytsadky_ta_shkoly_otrymayut_finansovu_pidtrymku_vid_mista_84979.html.

5. Школа вільних та небайдужих: проект майбутнього [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.fest.lviv.ua/uk/news/277-shkola-vilnykh-ta-nebayduzhykh-proekt-maybutnoho.

**Тодощук Андрій,** к.е.н.,
Навчально-науковий інститут економіки та менеджменту,
кафедра зовнішньоекономічної та митної діяльності,
Національний університет «Львівська політехніка»
**Смерека Лілія,** студент
Національний університет «Львівська політехніка»
м. Львів

# ФАНДРЕЙЗИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ В СОЦІАЛЬНОМУ ПІДПРИЄМНИЦТВІ

Одним з основних показників розвитку країни є соціальне самопочуття її суспільства. На превеликий жаль, сьогодні ми спостерігаємо лише посилення негативних явищ таких як: інфляція, що зумовлює знецінення валюти та зменшує купівельну спроможність населення, безробіття, яке зменшує шанси на працевлаштування фахівців без досвіду роботи і не тільки, забруднення навколишнього середовища та низка інших чинників, що мають негативний вплив на суспільство. Саме тому актуальною темою для держави в умовах сьогодення є явище соціального підприємництва. Все більше самовідданих та ініціативних людей започатковують підприємства, долучаючись до створення нового, так званого, «гібридного» підходу до ведення бізнесу. На противагу традиційним підходам, метою для таких організацій є допомога суспільству, а в пріоритеті – збільшення капіталу для вирішення соціальних проблем. Задля досягнення поставлених цілей, соціальні підприємства перманентно реалізовують наступні завдання: в першу чергу, здійснюють спроби аби реформувати державні соціальні послуги; докладають значну кількість зусиль, щоб знизити навантаження на місцеві бюджети та ефективно використовувати наявні ресурси в ході вирішення соціальних проблем; працевлаштовують сотні тисяч осіб; беруть до уваги появу нових видів соціальних послуг, які звичайний бізнес ігнорує через малоприбутковість та непопулярність.

Досі існує ототожнювання соціальних підприємств та соціальної відповідальності, проте принциповою відмінністю між цими двома поняттями є те, що комерційна організація має на меті отримання прибутку для нарощування власного бізнесу, при цьому тільки частину спрямовує на внутрішні та загальні проблеми, в той час як соціальне підприємство – весь отриманий прибуток вкладає у вирішення соціальних проблем, а не приносить користь лише власнику бізнесу. І, хоча, для багатьох підприємців така діяльність все ж здається невдалою ідеєю, соціальні підприємства на чолі з керівниками-новаторами швидко поширюються по всьому світу.

Феномен соціального підприємництва вважають, так звану, революцією бізнесу, оскільки неприбуткові організації здатні самостійно забезпечити себе ресурсами для функціонування. Більшість некомерційних організацій активно використовують технології фандрейзингової діяльності. Одним з головних завдань для соціального підприємця є розуміння тих потреб, на реалізацію яких він залучає кошти донора – це зазвичай благодійні фонди, банки, великі компанії, що роблять пожертви або дають гранти.

В ході реалізації фандрейзингу, у підприємців виникає питання, як отримати від донора не єдиний внесок, а багаторазову і, основне, добровільну допомогу, при цьому не маніпулювавши і не тиснувши на нього. Успішність співпраці буде залежати від обраної підприємцем фандрейзингової стратегії та інструментів її реалізації. Серед способів їх використання виокремлюють наступні: 1) подача заявок на гранти; 2) участь у спільних проектах і отримання цільового фінансування за програмами міжнародних організацій; 3) особисті зустрічі; 4) спеціальні заходи зі збору коштів (благодійні вечори, аукціони, концерти, спортивні змагання); 5) залучення членських внесків до громадської організації (використовується у разі, якщо соціальне підприємство є дочірнім підприємством громадської організації); 6) участь у проектах, що фінансуються державою; 7) залучення волонтерів; 8) використання інформаційних ресурсів Інтернету; 9) листи подяки; 10) реклама.

Позитивним фактором є те, що в Україні діє багато грантових установ, в які соціальні підприємства, в залежності від своєї сфери діяльності, можуть звернутись задля обрання грантової програми. Серед них: «Продовольча і сільськогосподарська організація ООН»; Міжнародний благодійний фонд «Україна 3000»; Міжнародний благодійний фонд «Карітас України»; Фонд імені Гайнріха Бьолля та багато інших [1, с.65-73].

У рамках спецпроекту «ZEITGEIST» було виділено яскраві приклади соціального підприємництва в Україні: соціальна пекарня «Горіховий дім» та «Львівська свічкова мануфактура», які особливо підтримують Центр для жінок у кризових ситуаціях, який було створено 5 років тому у місті Львові; Громадський ресторан Urban Space 100, прибуток якого скеровується виключно на реалізацію міських проектів міста Івано-Франківська; український веб-сайт (сервіс замовлення послуг) тощо[2].

Як бачимо, Україна недарма перейняла іноземний досвід впровадження соціального підприємництва, що дає можливість економити бюджетні кошти на соціальну сферу. Швидкими темпами відбувається його розвиток і в недалекому майбутньому соціальні підприємства можуть створювати реальне конкурентне середовище, що впливатиме на економічну систему в цілому.

**Список використаних джерел:**

1. Соціальне підприємництво і фандрейзинг: навчальний посібник / МФСА – К.: 2016.– 186 с.

2. «Власними силами: найкращі проекти соціального бізнесу в Україні» [Електронний ресурс] // Режим доступу: http://zeitgeist.platfor.ma/social-business-in-ukraine/

**Уголькова Олена**
аспірант, асистент кафедри ММП
Національний університет «Львівська політехніка»,
Львів, Україна

# УМОВИ ФУНКЦІОНУВАННЯ КРАУДФАДИНГУ В УКРАЇНІ

Краудфандинг стає все популярнішим методом збору фінансових ресурсів для реалізації інноваційних, соціальних та бізнес-проектів. В деяких країнах краудфандинг набув значного розвитку і обсяги таких операцій за рік інколи сягають декількох мільйонів доларів США. В інших країнах концепція краудфандингу лише починає зароджуватися. Саме тому актуальним є дослідження причин та сприятливих умов для функціонування краудфандингової діяльності в кожній країні.

Однією із найважливіших умов для успішного розвитку краудфандингу є формування позитивного соціального сприйняття. Зміст краудфандингу полягає у підтримці певної ідеї значною кількістю людей завдяки інтернет-платформам та соціальним мережам, тому лише за умови розуміння людьми всієї необхідності та важливості цього інноваційного інструменту є можливим успіх даної концепції в кожній країні.

Іншою важливою умовою, що впливає на розвиток краудфандингу, є довіра. Основними чинниками зміцнення довіри до усіх економічних інструментів загалом та до краудфандингу зокрема є інформаційна відвертість, прозорість та публічність. Ці чинники легко можна забезпечити у Інтернет-середовищі. До прикладу, автори краудфандингових проектів, що зазнали успіху, створю вали блоги та постійно звітувалися своїм прихильникам у соціальних мережах та на сторінці проекту на краудфандинговій платформі, інколи навіть вони розміщують чеки і фактури від купівлі того, на що вони зібрали кошти [1].

У розвинених державах важливою передумовою для реалізації краудфандингу стало те, що в таких державах частка середнього класу є досить значною. Так, у США середній клас становить 37 % згідно із даними Pew Research Center [2]. У Європі ситуація краща, так, наприклад, у Франції нараховують 30% бідних та 20% багатших і, таким чином, середній клас утворюють проміжне ядро з 50% населення. Переважна більшість французів (66%) вважають, що вони належать до середнього класу [3].

В нашій державі до представників середнього класу себе зараховують понад 50 % українців, про що свідчать різноманітні соціологічні опитування [4]. Проте дані експертів свідчать, що лише 5% українців варто вважати представниками середнього класу, враховуючи таку характеристику середнього класу як політичні вподобання і політична

активність [5]. Найчастіше, саме середній клас бере активну участь у краудфандинговій діяльності, адже представники середнього класу характеризуються наявністю заощаджень та активною суспільною позицією.

Іншою важливою передумовою існування та ефективного застосування крадфандингу є належний рівень банківської системи. В таких країнах як Франція, Німеччина, США та інших, банківська система досягла високої точки свого розвитку, що забезпечує швидкість проведення операцій, їх безпеку та невисоку комісію.

Отже, на розвиток краудфандингової діяльності у світ впливає чимало факторів, серед яких: рівень підприємницької активності; наявність середнього класу в країні; схильність населення до заощаджень; стан довіри; стан фінансової та технічної грамотності громадян; розповсюдженість телефонів і смартфонів, наявність та поширення доступу до інтернету; стан банківської системи та доступність кредитних продуктів для підприємців та молодих підприємств; розвиток ринку платіжних карток та електронних систем; рівень доходів населення. Лише в тих державах, де ці умови можуть бути належно забезпеченими, зможуть розвиватись краудфандингові та краудінвестингові платформи для різноманітних проектів, що дасть змогу створити відповідні умови для сталого розвитку держави.

**Список використаних джерел:**


1. Уголькова О.З. Фактор довіри для розвитку краудфандингових операцій в Україні / О.З. Уголькова // Матеріали шостої міжнар. наук.-практ. конф. “Економіка підприємства : сучасні проблеми теорії та практики”, 22-23 вересня 2017 р. – Одеса, Атлант, 2017. – с. 120-122.
2. The American Middle Class Is Losing Ground (Американський середній клас втрачає фундамент). [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.pewsocialtrends.org/2015/12/09/the-american-middle-class-is-losing-ground/
3. Appartenez-vous a la classe moyenne (Чи належите ви до середнього класу?) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.lefigaro.fr/social/2014/04/16/09010-20140416ARTFIG00110-tes-vous-riche-pauvre-ou-appartenez-vous-a-la-classe-moyenne.php
4. Середній клас в Україні: нечисленний і невпливовий. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.bbc.com/ukrainian/entertainment/2013/06/130604_ukraine_middle_class_az
5. Уголькова О.З. Існування середнього класу як одна з передумов функціонування краудфандингу / О.З. Уголькова, Н.Ю. Реверенда // Вісник Національного університету "Львівська політехніка": Проблеми економіки та управління. - 2016. - № 847. - С. 164-169.

**Ворон Михайло,** студент
**Дюгованець Олеся,** к.е.н.,
доцент кафедри бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту
ДВНЗ «Ужгородський національний університет»
м.Ужгород

# НЕОБХІДНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В УПРАВЛІННІ РИЗИКАМИ ПІДПРИЄМСТВ

Використання сучасних інформаційних технологій (ІТ) сьогодні стає обов'язковою умовою ефективного управління підприємством з метою підвищення його конкурентоспроможності на внутрішньому та зовнішніх ринках. У свою чергу, впровадження інформаційної системи і автоматизація діяльності організації являє собою досить трудомісткий процес, що супроводжується непередбачуваними ситуаціями і значною кількістю ризиків. Для вирішення більшості проблем, з якими зіштовхуються керівники підприємств, доцільно використовувати комплексну систему управління ризиками, яка включає набір організаційних принципів, методологій, стандартів, документів та процедур з управління ризиками. Розвинені економіки демонструють готовність витрачати немалі кошти на передові інформаційні технології з чітким розумінням конкурентних переваг, які можуть дати їх виробництву сучасні інформаційні технології в умовах зростаючої масштабності та складності реалізації проектів.

Характерною особливістю сучасної інноваційної економіки є поява нових управлінських задач, що визначаються умовами ринкової економіки. Мова йде про перехід на нову систему бізнес-планування і фінансової звітності, забезпечення інформаційної прозорості для акціонерів, інвесторів, партнерів тощо; в цілому – перехід на нові стандарти управління, що відповідали б сучасним умовам ризикового ринкового середовища [1].

Сучасні інформаційні технології дуже тісно інтегровані у бізнес-процеси підприємств, пов'язуючи, таким чином, всі служби і рівні підприємства. Будь-яка зміна в інформаційній інфраструктурі прямо чи опосередковано впливає на всі сторони діяльності підприємства. Як наслідок, дуже важко виділити вплив інформаційних технологій на функціонування підприємства, як окрему складову управлінського процесу, так і охопити всі напрями впливу інформаційних технологій на підприємницьку діяльність загалом.

Управління ризиками на підприємстві з впровадженням новітніх ІТ апаратного забезпечення, програмного забезпечення, технологій збереження інформації, мережевих технологій, що забезпечують комунікації інформаційних систем полягають в тому, щоб

заздалегідь виявити всі можливі ризики і провести комплекс попереджувальних заходів для запобігання серйозних проблем під час реалізації певного проекту.

Основні ризики, характерні для IT-проектів, полягають в: неготовності підприємства власне до реалізації певного проекту, невиконанні термінів реалізації проекту, перевищенні вартості чи невідповідності параметрів якості. Крім того, будь-які новітні технології реалізуються в умовах невизначеності, негативного впливу оточуючого середовища та використанні нестандартних методів управління тощо. А відсутність подібних практик у підприємств породжує невизначеність відносно вибору нових технологій, визначення методів і засобів досягнення поставлених цілей, прийняття тої чи іншої методології [2].

Управління ризиками на сучасному підприємстві планується заздалегідь і розглядається як частина зміни загальної корпоративної системи управління з метою підвищення ефективності бізнесу за рахунок контролю діяльності фірми та обраної методики боротьби з інформаційними та проектними ризиками.

У значній мірі процес управління ризиками залежить від конкретного підприємства, специфіки галузі та напряму його діяльності. Найчастіше використовують комбінацію різних підходів з управління ризиками й спеціально пристосовані методи до вимог підприємства. Стрімке поширення інформаційних технологій потребує особливої уваги і розробки спеціальних методів управління ризиками, пов’язаних з впровадженням і використанням інформаційних технологій на підприємстві [3].

За останні роки з'явилася велика кількість програмних продуктів і модулів інформаційних систем, призначених для обліку, оцінки і управління ризиками. Існуючі на сьогоднішній день «продукти» можна розділити на чотири класи.

1. Великі інформаційні системи, побудовані на програмному забезпеченні, що надає аналітичну обробку статистичних даних. Дані системи являють собою потужні аналітичні рішення для обробки великих масивів даних і розрахунку аналітичних показників ефективності діяльності з урахуванням ризику, таких як Value at Risk (VaR, ризикова вартість), RAROC (прибутковість економічного капіталу), Cash Flow at Risk (CfaR, ризик фінансових потоків), Economic Value Added (EVA, показник економічної доданої вартості).

2. Програмні комплекси систем електронного моніторингу процесу управління ризиками. Являють собою рішення з ведення он-лайн моніторингу процесу управління ризиками. Ці системи мають можливість вести електронні карти ризиків, ранжувати ризики, відстежувати процес управління та генерувати звітність. Однак вони не можуть давати серйозної аналітичної обробки даних з ризиків.

3. Комплексні інформаційно-аналітичні системи на основі розробок. Дані системи являють собою сукупність перших двох систем. Вони, як правило, є самописними

розробками самих підприємств.

4. Інформаційні системи, побудовані на додатках Microsoft Office або більш складних багатофункціональних спеціалізованих додатках, таких як SAS Risk Management, Risk Prism або ризик-менеджмент додатки системи SAP [4].

Серед перерахованого програмного забезпечення найбільш сучасними і цікавими для використання на підприємствах для побудови комплексних автоматизованих систем управління ризиками можна розглядати рішення SAS Risk Dimensions, компанії SAS і рішення SAP GRC, компанії SAP AG. Дані продукти створюють єдине автоматизоване середовище управління, моніторингу та аналізу ризиків, а також можливість виконання заздалегідь певних реакцій на ризикові події. Однак завжди слід враховувати, що вибір тієї чи іншої системи багато в чому залежить від бюджету, що виділяється для цілей управління ризиками, а також специфіки ризиків підприємства.

Таким чином, в сучасних умовах вектор розвитку систем управління ризиками повинен зміщуватися в бік впровадження інформаційних систем управління, що використовуються в процесах оцінки, аналізу та моніторингу ризиків з метою підвищення конкурентоспроможності підприємства. Запровадження на підприємстві IT з урахуванням ризиків господарської діяльності потребує інтеграції системи ризик-менеджменту в інформаційну систему. Як наслідок, під час використання інформаційних технологій ризики стають більш передбачуваними, прозорими й керованими, що дає змогу успішно здійснювати управління підприємством.

**Список використаних джерел:**

1. Песоцкая Е.Ю. Необходимость управления рисками в области информационных технологий / Е.Ю.Песоцкая// / Современные проблемы науки и образования. 2007. № 6. [Електронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=821

2. Левченко М.О. Використання інформаційних технологій в управлінні ризиками машинобудівних підприємств / М.О.Левченко// Актуальні проблеми економіки. – 2012. - №4. – С. 305-311. [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ape_2012_4_34

3. Кузьмін О.Є., Георгіаді Н.Г. Формування і використання інформаційної системи управлін-ня економічним розвитком підприємства: Монографія. – Львів: НУ «Львівська політехніка», 2006. – 368 с.

4. Хачатурян А.А. Роль информационных технологий в управлении рисками на промышленных предприятиях / А.А. Хачатурян, В.А. Синько. – М.: «Серия 1». – 2013. – № 4(6). – С. 76-82.

**Вучкан Наталія,** слухач магістратури,
ДВНЗ «Ужгородський національний університет»,
Науковий керівник: **Федурця Василь**, доцент кафедри бізнес-адміністрування,
маркетингу та менеджменту
ДВНЗ «Ужгородський національний університет»,
м. Ужгород

# ПРІОРИТЕТНІ НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

Розвиток інноваційноїдіяльності є однією з найважливіших умов економічного росту кожної країни. В Україні, у зв'язку з економічноюнестабільністю та науково-технічнимвідставанням, що уповільнює темпи розвитку підприємництва, проблема активізаціїінноваційноїдіяльності стоїть особливо гостро. Державна підтримкаі регулювання рівня та інтенсивностіінноваційноїдіяльності є вирішальною умовою для досягнення стабільнихтемпів зростання економіки. За допомогою державного втручання в інноваційну сферу, уряд забезпечує збалансованість підприємницької діяльності та підвищенняінноваційноїактивності держави [1].

Побудова національноїінноваційної системи вимагає усебічних реформ, заснованих на наукових дослідженнях й узагальненнях практичного досвіду. Інноваційнадіяльність в Україні характеризується досить різкоюрозбіжністюміж високим потенціалом для інновацій вкрай низькими результуючими показниками.

Згідно з офіційними статистичними даними, у 2013 р. в Україніінноваційноюдіяльністю займалися 16,8% підприємств, у 2014 р. –16,1%, у 2015 р. – 17,3% [2,3]. Державна служба статистики України фіксує у 2015 році лише 15,2% інноваційно активних підприємств, що на 3,1% вище за 2014 рік [2,3]. Згідно даним спільногодослідженняКорнельськогоуніверситету (США), Школи Бізнесу INSEAD (Франція) та Всесвітньоїорганізаціїінтелектуальноївласності Україна у 2016 роціпосіла лише 56 місце у рейтингу глобального інноваційногоіндексу (далі Рейтинг GII) із показником 35.72, порівняноіз 2015 роком, коли показник глобального інноваційногоіндексу країни дорівнював 36.45, що відповідало 64 місцю у світовому Рейтингу GII [4,5].

Таким чином кількісні показники підприємств, які використовують інноваційну модель господарювання в Україні залишаються стабільно невисокими. Незважаючи на те, що Україна забезпечена потужним науковим та кадровим потенціалом, має досвід створення інноваційного продукту, країна поступово втрачає позиції на світовому ринку

інноваційнихтоваріві послуг. Підвищенняінноваційноїдіяльності є стратегічно важливим завданням державного регулювання.

Ухвалення Стратегіїінноваційного розвитку України на 2010-2020 роки в умовах глобалізаційнихвикликів, Законів України "Про пріоритетні напрями інноваційноїдіяльності в Україні", "Про ратифікацію Угоди між Україною та Європейським Союзом про відновленнядії Угоди між Україною та Європейським Співтовариством про наукове ітехнологічнеспівробітництво" свідчить про нагальністьреалізаціїінноваційноїполітики для гарантування національної безпеки та сталого розвитку країни. Водночас в умовах децентралізації державної влади в Українізбільшується роль регіонів, місцеві органи влади перетворюються на дієздатні суб'єкти реалізації державної інноваційноїполітики. Налагодження горизонтальних зв'язківміжрізними суб'єктами інноваційноїдіяльності– місцевими органами влади, галузевою та академічною наукою, консалтинговими та впроваджувальними фірмами, малими підприємствами, інвесторами – призводить до нарощення інноваційногопотенціалурегіонів [6].

Неодмінною передумовою виконання завдань концепціїстратегії державного регулювання інноваційного розвитку економіки є визначення етапів та цілей її реалізації, адекватне відображення як нинішньогорівня розвитку економіки, так і досягнення стратегічнихцілей у певному часовому вимірі з урахуванням вимог та існуючихвикликів. Тому за період 2016–2025 рр. в інноваційному розвитку економіки України мають сформуватися три етапи відповідно до існуючих умов, чинниківі можливих ризиків.

Перший етап реалізаціїконцепціїстратегії державного регулювання інноваційного розвитку економіки України (2016 – 2018 рр.) має стати періодом формування інституційної сфери інноваційноїекономіки (створення інноваційноїінфраструктури, а також організаційних, соціально-економічних, освітньо-наукових, техніко-технологічних та екологічних передумов для інноваційного розвитку економіки); трансформації сфери освіти та науки; реалізаціїпроектів розвитку у високотехнологічнихіінфраструктурних сферах; гармонізацією чинного законодавства щодо вимог і положень СОТ та законодавства ЄС в інноваційній сфері; техніко-технологічного переоснащення галузей і сфер національноїекономіки.

У контекстіреалізації другого етапу концепціїстратегії державного регулювання інноваційного розвитку (2019 – 2021 рр.) економіка має перейти на інноваційнутехнологічну основу, що базується на нових розробках у сферіінформаційно-комунікаційних, біо-інанотехнологій; державою мають бути створені передумови для реалізаціїпорівняльнихі конкурентних переваг національнихвиробників на інноваційнійоснові на світовому ринку.

Третій етап реалізаціїконцепціїстратегії державного регулювання інноваційного розвитку економіки України (2022 – 2025 рр.) має передбачати: завершення переходу на інноваційну модель розвитку економіки; утвердження статусу України як високотехнологічної країни на світовому ринку, що означає функціонуваннянаціональноїекономіки в режиміінноваційноїспрямованості.

Після 2025 р. перспективи інноваційного розвитку неможливо точно спрогнозувати, тому що на межі 2025 – 2030 рр. очікується поява нової технологічноїхвиліінновацій, яка дасть новий поштовх подальшому розвитку економіки у сфері знань ітехнологій. [7]

Детальніше наповнення напрямків державного регулювання для України та країн якітільки формують сферу інноваційногопідприємництва на сьогодні має наступний зміст:

1. Систематизація та удосконалення управління у сферіінновацій шляхом доопрацювання законодавчих механізмів застосування податкових пільг, стимулювання ведення інноваційногопідприємництва, покращення інвестиційногоклімату, стимулювання на державному рівні впровадження в підприємницькі процеси інноваційнихтехнологій.

2. Підтримка НДДКР інноваційноїспрямованості, стимулювання об'єднання потенціалу сфери дослідженьі розробок ізпідприємницькоюдіяльністю, державна підтримка трансферу технологійнеобхідних для створення в Україні підприємств-виробників інноваційної конкурентоспроможної продукції.

3. Створення на базі вищих освітніхзакладівінноваційних освітньо-правових бізнес-ін-кубаторів, з метою прискореної «інкубації» фахівців необхідних для функціонування інноваційного підприємництва та осіб із підприємницьким світоглядом.

**Список використаних джерел:**

1. Державне регулювання інноваційної діяльності в Україні [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: http://www.rusnauka.com/28_OINXXI_2010/Economics/72342.doc.htm.

2. Інноваційна діяльність промислових підприємств України у 2014 році / Державна служба статистики України. Доповідь. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat_u/ publnauka_u.htm

3. Інноваційна діяльність промислових підприємств України у 2015 році / Державна служба статистики України. Доповідь. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/katu/publnaukau.htm

4. Глобальный индекс инноваций 2016. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.wipo. int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_gii_2016.pdf

5. Глобальный индекс инноваций 2015. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.wipo.int /edocs/pubdocs/en/wipo_gii_2015.pdf

6. Стратегія інноваційного розвитку України на 2010–2020 роки в умовах глобалізаційнихвикликів: Матеріали Парламентських слухань у ВерховнійРаді 17 червня 2009 р. / За загальною ред. професора В. І. Полохала. – К.: Парламентське видавництво, 2009. – 632 с.
7. Інноваційна діяльність промислових підприємств України у 2014 році / Державна служба статистики України. Доповідь. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat_u/ publnauka_u.htm

**Журавель Юлія,** аспірант кафедри економічної політики та економіки праці Львівського регіонального інституту державного управління Національної академії державного управління при Президентові України,
викладач Львівського державного коледжу харчової і переробної промисловості Національного університету харчових технологій
м. Львів

# СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ РЕАЛІЗАЦІЇ ПОСТАВЛЕНИХ ЦІЛЕЙ

Стратегічне планування є однією з основних функцій стратегічного управління і посідає центральне місце в його системі. Воно було запроваджене у США і Західній Європі у 1960-х рр.., коли зовнішнє середовище корпорацій ставало дедалі складнішим і динамічнішим, що вимагало відповідної переорієнтації з виробничо-технічних проблем на маркетинг. Ця система об'єднала в собі методи довгострокового планування і маркетингу й певною мірою стала відповідною реакцією більшості компаній на істотні зміни їх зовнішнього середовища, що проявилося в насиченні відповідних ринків [1].

Стратегія необхідна будь-якому підприємству, що претендує на успіх, щоб визначити, у якому напрямку воно буде розвиватися. По суті, вибір стратегії означає, що з усіх можливих шляхів розвитку та способів дії, що відкриваються перед підприємством, воно обирає конкретний напрям. Добре розроблена стратегія – основа підвищення конкурентоспроможності підприємства, сильної конкурентної позиції і формування такої організації, яка за допомогою удосконалення структури управління і підвищення організаційної культури могла б успішно працювати у жорстких ринкових умовах.

Процес розробки стратегії, який включає стратегічне планування та стратегічне управління, дозволяє [2]:

– підтримувати спрямований у майбутнє спосіб мислення та поведінки;

– координувати рішення та дії в галузі маркетингу;

– слугує для інформування співробітників про цілі та необхідні ресурси;

– мотивує співробітників, якщо від досягнення цілей підприємства залежить досягнення їх особистих цілей (кар'єра, зарплата);

– створює передумови для оцінки та контролю результатів.

Обов’язковими факторами для розробки будь-якої стратегії є:

– особливості галузі;

– специфіку діяльності підприємства;

– структуру підприємства;

– кадровий потенціал;

– тенденції розвитку економіки країни;

– стан нормативно-правової бази держави;

– конкурентна боротьба в обраній галузі.;

– рівень розвитку ринкових відносин і ринкової інфраструктури.

Для розробки стратегії кожне підприємство має усвідомити такі важливі елементи своєї діяльності: місію; конкурентні переваги; особливості організації бізнесу; ринки збуту де діє підприємство; продукцію (послуги); ресурси; структуру; виробничу програму; організаційну культуру.

Етапи розробки стратегічного плану можуть суттєво змінюватися залежно від конкретних умов. В цілому, процес стратегічного планування можна зобразити таким чином (рис. 1).

На першому етапі, аналіз факторів з метою передбачення можливостей та загроз, створюється інформаційна база стратегічного планування, проводиться аналіз усіх процесів і явищ в економіці, галузі, на ринку збуту, чинники розвитку організації, перспективи, видимі загрози тощо. Тобто, аналізуємо усі чинники, які впливають на умови функціонування підприємства. У підсумку першого етапу, ми повинні отримати якісний і кількісний аналіз поточного стану підприємства, що дасть змогу визначити сильні та слабкі сторони, можливості і загрози пов’язанні з впливом навколишнього середовища.

На другому етапі, визначення і вибір варіантів розвитку, розробляємо альтернативні варіанти стратегічних планів, проектів, перспектив. Аналізуємо, проводимо порівняльну оцінку, узгоджуємо з іншими планами та програмами. Доцільно формувати кілька можливих стратегій, з яких згодом вибирається найкраща для конкретних цілей. Також на цьому етапі потрібно узгодити напрацювання з вищою управлінською ланкою.

Наступний етап, формування цілей, передбачає визначення глобальних цілей підприємства, що є вихідною інформацією для встановлення пріоритетних напрямів його діяльності. Також на цьому етапі визначаємо терміни досягнення цілей. Певний термін дозволяє розбити мету на етапи, поліпшити зворотний зв’язок і, відповідно, контроль. Якщо усередині терміну не визначені кроки, етапи, то виконавець не знатиме, що робити далі.

Четвертий етап, розробка програми дій, передбачає власне розробку стратегічного плану. На цьому етапі доцільно скласти графік поетапного здійснення робіт. Сформована

стратегічна орієнтація організації має втілитись у конкретну програму дій, яка уточнює стратегічні цілі й визначає засоби, що забезпечують реалізацію обраної стратегії розвитку. Основне призначення даного етапу – чітко та системно описати сформовану стратегію, зорієнтовану на досягнення мети.




Рис. 1. Процес стратегічного планування на підприємстві

На п’ятому етапі, формування бюджету, потрібно визначити критерії розподілу ресурсів. Складання бюджету допомагає правильно встановити пріоритети між цілями і стратегіями маркетингової діяльності, прийняти рішення у сфері розподілу ресурсів, здійснити ефективний контроль. Витрати на здійснення окремих елементів, представлених у бюджеті, виводяться з детального маркетингового плану

Заключним етапом процесу стратегічного планування є реалізація та контроль. Реалізація стратегії може здійснюватися за такими варіантами:

– через єдиний стратегічний план;

– через плани стратегічний підрозділів. У цьому випадку, на рівні організації забезпечується розподіл ресурсів і здійснюється загальний контроль;

– шляхом включення окремих стратегічних завдань в оперативно-тактичні плани і програми.

У будь-якому разі головним завданням етапу реалізації є просування в напрямі стратегічних цілей при максимально можливому пристосуванні до реальних умов, що складаються на підприємстві. Коригування планів на цьому етапі забезпечує безперервний циклічний характер стратегічного планування, орієнтацію його на максимальне врахування змін у внутрішньому і зовнішньому середовищі

Однак, правильний вибір стратегії та дотримання усіх необхідних умов для її виконання, зовсім не означає отримання бажаного результату. Основною причиною цього є нестабільність середовища організації, виникнення незапланованих подій та форс-мажорні обставини. Тому виникає потреба в створенні такої системи, яка б забезпечила контроль за рухом організації до поставлених цілей, а також контроль за тими відхиленнями, які можуть виникнути під час діяльності організації. Очевидно, що основне завдання контролю полягає не в оцінці правильності здійснення стратегії, а у визначенні того, чи сприятиме реалізація стратегії досягненню бажаних цілей.

У процесі стратегічного планування потрібно постійно аналізувати та враховувати фактори невизначеності і ризику, адекватно оцінювати пріоритети залежно від змін навколишнього середовища, проводити аналіз політичної, економічної, екологічної ситуації. Також особливу увагу потрібно зосередити на слабких сторонах та загрозах, які очікують організацію. Організаційну структуру потрібно адаптовувати відповідно до стратегічних цілей, чітко визначати права, обов'язки і відповідальність усіх працівників, які мають дотичність до формування стратегічного планування.

**Список використаних джерел**

1. Азоев Г. Л., Баранчеев В. П., Гунин В. Н., Кибанов А. Я., Ковалева А. М. Управление организацией: Учебник для студ. Вузов / Государственный ун-т управления (Москва) / А.Г. Поршнев (ред.). – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2008. – 736 с

2. Муляр Т. С. Формування і реалізація стратегії підприємств [Електронний ресурс]. – Режим доступу:irbis-nbuv.gov.ua/.../cgiirbis_64.exe

**Ковчуга Лариса,** аспірант
Науковий керівник: Ляшенко В. І., д.е.н.,
професор, завідувач відділу проблем регуляторної політики
і розвитку підприємництва
Інституту економіки промисловості НАН України
м. Київ

# ІМІТАЦІЯ ЧИ ЛІДЕРСТВО В ГАЛУЗІ: ДИЛЕМА ДЛЯ ПІДПРИЄМЦІВ

Підприємці посідають особливе місце в інноваційному процесі. Так, австрійський економіст Й.А.Шумпетер, який вважається основоположником теорії інновацій, зазначав, що підприємець надає руху економіці шляхом «здійснення нових комбінацій», які відкривають нові можливості для отримання прибутку. Долаючи технічні та фінансові утруднення, підприємець, за Й.А. Шумпетера, «мчить до успіху, осідлавши борги» [1, с. 169]. Саме підприємці використовують наявні знання і технології аби запропонувати нові продукти (послуги) на ринку та поширювати їх.

Поширення або дифузія є важливою ознакою інновацій поряд з іншими – новизною, комерціалізацією, непередбачуваністю, ризикованістю, необхідністю здійснення інвестицій. У Керівництві з питань розроблення інноваційної політики для країн, що розвиваються, підготовленого експертами Світового банку та МБРР, підкреслюється: «те, що не поширюється і не використовується не є інновацією» [2, с. 4]. Експерти звертають увагу на те, що поширення має особливе значення та потребує підвищеної уваги в країнах з низьким і середнім рівнем доходу, в яких інноваційна діяльність, зазвичай, зводиться до освоєння існуючих у світі технологій, процесів і методів у новому середовищі.

Незважаючи на мінімальний рівень новизни, яким характеризуються такі інновації («нові для фірми»), вони є не менш важливими (а іноді навіть більш важливими), ніж радикальні інновації, які призводять до появи принципово нових продуктів. Так, професор Гарвардської школи бізнесу Т. Левітт у своїй статті «Innovative Imitation», опублікованій у Harvard Business Review ще у 1966 р. [3], наголошував на тому, що імітація (від лат. «imitatio» – «наслідування») переважає (зустрічається частіше) над інноваціями (маються на увазі радикальні інновації) та є набагато більш поширеним шляхом до зростання бізнесу та прибутку. Т. Левітт наводить приклади всесвітньовідомих на сьогодні компаній, які потрапили в галузі завдяки імітаціям – IBM (апаратне та програмне забезпечення), Texas Instruments (електроніка), Holiday Inns (готельний бізнес) та інші. До цього він додає, що значна кількість приватних торгових марок, так само, як і більшість нових брендів

запакованих харчових продуктів, є виключно імітованими. Таке розмаїття імітацій, на його думку, є цілком зрозумілим: кожен індивідуальний новатор викликає хвилю появи цілої плеяди імітаторів (послідовників). До того часу, коли новий продукт досягає широкого розповсюдження, він, як правило, перебуває на ринку деякий час. Його поширеність в меншій мірі залежить від новизни, ніж від кількості послідовників. Новизна, яку споживачі починають усвідомлювати, зазвичай, є новизною «імітованою» («imitative») та «запізнілою» («tardy»), ніж інноваційною («not innovative») та своєчасною («timely») [3].

З цього можна зробити висновок, що притаманна інноваціям властивість поширюватися позитивно впливає на економіку та суспільство загалом, але в той же час неоднозначна для самих підприємств. Майбутні ефекти та вигоди від створення радикальних інновацій ставляться під сумніви, якщо порівнювати їх з вигодами від імітаційної діяльності. Так, у [4, с. 42] зазначається, що в деяких видах інноваційної діяльності вигоди від імітації інновацій значно перевищують її вартість, тому логічно, що імітація виглядає для підприємств більш привабливою, ніж інноваційна діяльність, орієнтована на лідерство в галузі.

Для спонукання підприємств робити дійсно проривні інновації необхідна ефективна система захисту прав інтелектуальної власності та розподілення ризиків між державою та бізнесом. Підприємцям заздалегідь складно визначити, яким буде результат інноваційної діяльності, скільки знадобиться часу і ресурсів на доведення продукту до споживача та чи оцінять вони його. У статті [5] автор слушно зазначає, що в багатьох країнах вирішенню цієї проблеми сприяла держава і саме завдяки державній підтримці ініціатив підприємців були розвинуті цілі галузі – інформаційні технології в Індії, швейна промисловість у Бангладеш, лососеві господарства в Чилі, вирощування квітів у Колумбії, виробництво мікрохвильових печей в Кореї.

В Україні ділове та регуляторне середовище, яке покликане спонукати підприємців до створення інновацій, є слабо розвиненим, що у поєднанні зі складними макроекономічними умовами та політичною нестабільністю в країні, виступає вагомим бар’єром на шляху до підвищення зацікавленості підприємств в інноваціях – ними займається лише 18,4 % загальної кількості підприємств, що у рази менше, ніж у розвинених країнах світу [6]. Як свідчить зарубіжний досвід, без спеціальної державної підтримки змінити ставлення підприємств до інноваційної діяльності не вдасться, оскільки вони орієнтовані на мінімізацію ризиків, отримання максимального прибутку за якомога короткий час, що не співставно з інноваціями. Тому державі слід застосовувати різні механізми стимулювання підприємців до продукування проривних інновацій та освоєння сучасних зарубіжних технологій протягом усього інноваційного циклу.

**Список використаних джерел:**

1. Шумпетер Й. Теория экономического развития / Й. Шумпетер. – М.: Директмедиа Паблишинг, 2008. – 401 с.

2. Innovation Policy: A Guide for Developing Countries: The International Bank for Reconstruction and Development / The World Bank. – Washington, 2010. – 436 p.

3. Levitt T. Innovative Imitation [Electronic resource] / T. Levitt // Harvard Business Review. –1966. – Mode of access: https://hbr.org/1966/09/innovative-imitation

4. Руководство Осло. Рекомендации по сбору и анализу данных по инновациям Организация экономического сотрудничества и развития, Евростат. – 3-е издание; пер. с англ. – М.: 2006. – 196 с.

5. Підоричева І.Ю. Інноваційна економіка – це економіка нестандартних рішень / І.Ю. Підоричева // Дзеркало тижня. – 2015. – 6 листопада (№ 42). – С. 8.

6. Обстеження інноваційної діяльності в економіці України за період 2014–2016 років [Електронний ресурс] / Експрес-випуск Державної служби статистики України від 06.10.2017 № 382/0/05.Звн-17. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/.