

Міністерство освіти і науки України
Тернопільська обласна державна адміністрація
Тернопільський національний технічний університет
імені Івана Пулюя
Наукове товариство ім. Т. Г. Шевченка
Академія соціального управління
Кафедра менеджменту інноваційної діяльності
та підприємництва
Кафедра менеджменту у виробничій сфері



ЦЕНТР
СОЦІОЛОГІЧНИХ
ДОСЛІДЖЕНЬ

МАТЕРІАЛИ ЧЕТВЕРТОЇ МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

пам'яті почесного професора ТНТУ,
академіка НАН України
Чумаченка Миколи Григоровича
«ІННОВАЦІЙНІ АСПЕКТИ
РЕСУРСОВИКОРИСТАННЯ»

27 березня 2015 року
Тернопіль, Україна

УДК 33.338;658

ББК 72+65.050.9 (4 Укр) 24

Інноваційні аспекти ресурсовикористання: матеріали Четвертої Міжнародної науково-практичної конференції пам'яті почесного професора ТНТУ, академіка НАН України Чумаченка Миколи Григоровича, (Тернопіль, 27 березня 2015 року) / МОН України, ТНТУ ім. І. Пулюя [та ін.]. – Тернопіль : ТНТУ, 2015. – 144 с.

У збірнику представлено тези доповідей Четвертої Міжнародної науково-практичної конференції пам'яті почесного професора ТНТУ, академіка НАН України Чумаченка Миколи Григоровича «Інноваційні аспекти ресурсовикористання» з природничої, прикладної, суспільної та гуманітарної проблематики.

Рогатинський Р.М. – співголова організаційного комітету, д.т.н., професор, проректор з наукової роботи ТНТУ імені Івана Пулюя,

Андрушків Б. М. – співголова організаційного комітету, д.е.н., професор, завідувач кафедри менеджменту інноваційної діяльності та підприємництва,

Дудкін П. Д. – співголова організаційного комітету, к.е.н., декан факультету управління та бізнесу у виробничій сфері.

Члени оргкомітету:

Мних О.Б. – д.е.н., професор кафедри маркетингу і логістики інституту ІНЕМ Національного університету «Львівська політехніка»,

Стадник В.В. – д.е.н., професор кафедри менеджменту Хмельницького національного університету,

Генова С. – д.е.н., доцент, завідувача кафедрою економіки Комратського державного університету, Молдова,

Jolanta Sloniec – PhD. eng., Assistant Professor, Deputy Dean of the Faculty of Management, Lublin University of Technology, Poland,

Паньшин Б.М., – д.т.н., професор кафедри економічної інформатики і математичної економіки, Білоруський державний університет,

Горобець О. М. – д.е.н., Вища Школа політології і міжнародних стосунків, Варшава,

Кирич Н. Б. – д.е.н., професор, зав кафедри менеджменту у виробничій сфері,

Стойко І. І., – к.т.н, доцент кафедри менеджменту інноваційної діяльності та підприємництва,

Вовк Ю. Я., – к.т.н, доцент кафедри менеджменту інноваційної діяльності та підприємництва,

Владимир О.М.– к.е.н, доцент кафедри менеджменту інноваційної діяльності та підприємництва,

Мельник Л.М. - к.е.н, доцент кафедри менеджменту інноваційної діяльності та підприємництва,

Нагорняк Г. С. – к.т.н, доцент кафедри менеджменту інноваційної діяльності та підприємництва,

Малюта Л. Я – к.е.н, доцент кафедри менеджменту інноваційної діяльності та підприємництва,

Паляниця В. А. –к.е.н, доцент кафедри менеджменту інноваційної діяльності та підприємництва.

Секретаріат організаційного комітету:

Вовк І.П. - к.е.н, асистент кафедри менеджменту інноваційної діяльності та підприємництва,

Федишин І.Б.-к.е.н, асистент кафедри менеджменту інноваційної діяльності та підприємництва,

Комп'ютерний набір, верстка та редагування: Вовк І. П., Федишин І. Б.

Адреса конференції:

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя,

вул. Руська, 56, м. Тернопіль, 46001

тел. (0352) 235114, 236444

e-mail: econ.konf.tntu@gmail.com

©Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, 2015р.

ЗМІСТ

| | |
|---|----|
| Микола Григорович Чумаченко - біографія | 8 |
| Тетяна Кужда КЛАСИФІКАЦІЯ ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА | 9 |
| Олена Плоха МОДЕЛЮВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА | 11 |
| Олег Бендасюк, Роман Шерстюк РАЦІОНАЛЬНЕ ЕНЕРГОВИКОРИСТАННЯ: ЕНЕРГОЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ СОЦІОГУМАНІТАРНОГО КОМПЛЕКСУ УКРАЇНИ | 13 |
| Ярина Пилип'юк ФІНАНСОВИЙ ПОТЕНЦІАЛ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ | 15 |
| Роман Федорович, Віра Серединська НЕОБХІДНІСТЬ МАРКЕТИНГУ НА РІЗНИХ ЕТАПАХ ІННОВАЦІЙНОГО ПРОЦЕСУ | 17 |
| Ірина Котовська МІСІЯ ТА БАЧЕННЯ: ОСНОВНІ ВІДМІННОСТІ | 19 |
| Любов Гац ІНДИКАТОРИ МАТЕРІАЛЬНОЇ МОТИВАЦІЙНОЇ СКЛАДОВОЇ РОЗВИТКУ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА | 21 |
| Андрій Оксентюк, Володимир Владика ОСОБЛИВОСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАБІЛЬНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ НАЦІОНАЛЬНОГО РИНКУ БУДІВЕЛЬНИХ МАТЕРІАЛІВ | 23 |
| Оксана Бурліцька ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ МЕРЧАНДАЙЗИНГУ | 25 |
| Богдан Андрушків, Вікторія Баландюк ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА | 27 |
| Василь Дюк, Павло Дудкін ПЛАНУВАННЯ ТА КОНТРОЛЬ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ ПІДПРИЄМСТВА | 28 |
| Олена Топорницька, Лілія Мельник ШЛЯХИ ПОКРАЩЕННЯ СИСТЕМИ ОПЕРАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ НА ПІДПРИЄМСТВІ | 29 |
| Богдан Андрушків, Богдан Коваль ОСОБЛИВОСТІ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ | 31 |
| Єсенія Антонів, Людмила Малюта ВИКОРИСТАННЯ НОВІТНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ДЛЯ ДОСЯГНЕННЯ УСПІХУ | 32 |
| Ольга Мосій, Світлана Шмигун ПРОБЛЕМНІ ПИТАННЯ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА РИНКУ ЗЕРНОВИХ КУЛЬТУР УКРАЇНИ У КРИЗОВИХ УМОВАХ | 33 |
| Остап Бойко ЛЮДСЬКИЙ ПОТЕНЦІАЛ І ПРОБЛЕМИ ПОШИРЕННЯ ІННОВАЦІЙ В УКРАЇНІ | 35 |
| Андрій Оксентюк, Володимир Владика РЕГУЛЮВАННЯ БУДІВЕЛЬНОЇ ГАЛУЗІ В УКРАЇНІ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ ЇЇ РОЗВИТКУ | 37 |

| | |
|---|----|
| Наталія Юрик, Анатолій Грабовський ЕФЕКТИВНІ НАПРЯМИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ЛЕГКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ | 39 |
| Ірина Маркович ІНСТИТУЦІОНАЛЬНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОГРЕСИВНОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ | 41 |
| Роман Шерстюк ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ЯК УМОВА ВХОДЖЕННЯ УКРАЇНИ ДО ЄС ТА ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ | 42 |
| Лілія Мельник СЕРТИФІКАЦІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЕКОЛОГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ | 44 |
| Наталія Шведа ОСОБЛИВОСТІ ПРОЦЕСУ ПРИЙНЯТТЯ СТРАТЕГІЧНИХ РІШЕНЬ В СУЧАСНИХ УМОВАХ | 45 |
| Надія Голда ДОСЛІДЖЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ | 47 |
| Ольга Владимир РЕСУРСНИЙ ПОТЕНЦІАЛ УКРАЇНИ ТА ЕФЕКТИВНЕ УПРАВЛІННЯ НИМ | 49 |
| Ольга Галушак, Михайло Галушак ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ – ОСНОВА СУЧАСНИХ ТЕХНОЛОГІЙ АДМІНІСТРАТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ | 51 |
| Соломія Скоренька, Ігор Стойко НОБЕЛІВСЬКИЙ ЛАУРЕАТ 2014 РОКУ ЖАН ТІРОЛЬ НА ЗАХИСТІ МОНОПОЛІЙ: ІДЕЇ ДЛЯ УКРАЇНИ | 53 |
| Галина Нагорняк, Дмитро Усятицький ВПЛИВ ІННОВАЦІЙ НА РОЗВИТОК АГРОПРОМИСЛОВОГО КОМПЛЕКСУ УКРАЇНИ | 55 |
| Галина Машлій, Анастасія Рацюк ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РЕСУРСАМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ | 57 |
| Василь Дюк, Павло Дудкін ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА | 59 |
| Анна Зелена, Юрій Вовк КРЕАТИВНЕ СЕРЕДОВИЩЕ ЯК НЕОБХІДНІСТЬ ЕФЕКТИВНОЇ РОБОТИ ОРГАНІЗАЦІЇ | 60 |
| Ольга Краузе МЕТОДИ ПРОГНОЗУВАННЯ ПОПИТУ НА ПРОДУКЦІЮ АВТОМОБІЛЕБУДІВНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ | 62 |
| Оксана Попадюк, Віктор Паляниця МОЖЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ НЕТРАДИЦІЙНИХ ДЖЕРЕЛ ЕНЕРГІЇ НА ТЕРНОПІЛЬЩИНІ | 64 |
| Галина Нагорняк, Дмитро Усятицький ВИЗНАЧЕННЯ ФАКТОРІВ ВПЛИВУ НА ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНУ ДІЯЛЬНІСТЬ АГРОПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ | 66 |
| Емілія Різник, Людмила Малюта ОСОБЛИВОСТІ ІНВЕСТУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ | 68 |
| Ірина Струтинська ПОГЛЯД НА ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЮ РЕГІОНІВ КРАЇНИ | 70 |

| | |
|--|----|
| Уляна Митник, Богдан Андрушків ІННОВАЦІЙНО-ПРАВОВІ КОЛІЗІЇ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ | 72 |
| Любов Мельник, Назар Романів УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ | 74 |
| Галина Машлій, Олена Сороківська ПРОБЛЕМИ ОПТИМІЗАЦІЇ ФІНАНСОВОГО УПРАВЛІННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ | 76 |
| Ігор Стойко, Василь Каправий СИСТЕМА БЕЗУПИННОГО ПОЛІПШЕННЯ ПРОЦЕСІВ І ПРОДУКТІВ У ЯПОНІЇ. МЕТОД KAIZEN | 77 |
| Андрій Оксентюк, Сергій Мельниченко ДОСЛІДЖЕННЯ РОЛІ КАДРОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ У ФОРМУВАННІ ЕФЕКТИВНОЇ УПРАВЛІНСЬКОЇ СИСТЕМИ НА ПІДПРИЄМСТВАХ АГРОПРОМИСЛОВОГО КОМПЛЕКСУ УКРАЇНИ | 78 |
| Тарас Заблоцький, Ірина Вовк ІНТЕРНЕТ МАРКЕТИНГ ЯК СПОСІБ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА | 80 |
| Галина Нагорняк, Микола Мельничук ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ ТА ПРИЙНЯТТЯ ІННОВАЦІЙНИХ РІШЕНЬ СУЧАСНИМИ ІННОВАЦІЙНО СПРЯМОВАНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ УКРАЇНИ У СКЛАДНИХ УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЙНИХ ПЕРЕТВОРЕНЬ | 81 |
| Людмила Малюта ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ВІТЧИЗНЯНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ | 83 |
| Наталя Кирея, Віктор Паляниця ІНСТИТУЦІАЛІЗАЦІЯ РИЗИКОФОРМУЮЧИХ ЧИНИКІВ ЯК ЗАСІБ ПРОГНОЗУВАННЯ КОМПЛЕКСНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ЗАГРОЗ | 85 |
| Дмитро Пилипишин, Ігор Стойко ВИЗНАЧЕННЯ ПРІОРИТЕТІВ ДЕРЖАВНОЇ НАУКОВО-ТЕХНІЧНОЇ ПОЛІТИКИ У СИСТЕМІ «ФОРСАЙТ» | 86 |
| Ірина Федішин АНАЛІЗ ПРОБЛЕМ ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ КРИЗИ | 87 |
| Наталя Слободян, Ольга Погайдак КОМПЛЕКСНИЙ ПІДХІД ДО ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ОБСЛУГОВУВАННЯ В УМОВАХ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ | 89 |
| Андрій Василюк ЦИКЛІЧНИЙ І СПІРАЛЬНИЙ РОЗВИТОК МАШИНОБУДУВАННЯ | 90 |
| Олена Брилінська, Ірина Вовк ІННОВАЦІЙНИЙ МАРКЕТИНГ ОСВІТНИХ ПОСЛУГ ТА ІНСТРУМЕНТИ ЙОГО РЕАЛІЗАЦІЇ | 91 |
| Тарас Заблоцький, Юрій Вовк КРЕАТИВНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ЯК ОДНА З ОСНОВ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ | 92 |
| Галина Нагорняк, Софія Хом'як СТАН ТА ПРИЧИНИ ВИНИКНЕННЯ НЕЗАВЕРШЕНОГО БУДІВНИЦТВА В УКРАЇНІ | 94 |

| | |
|---|-----|
| Оксана Гарматюк, Христина Бакса ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД У СИСТЕМІ ОЦІНЮВАННЯ ПЕРСОНАЛУ | 96 |
| Ольга Костовецька, Ігор Стойко ПАЛИВНО-ЕНЕРГЕТИЧНІ РЕСУРСИ В СТРУКТУРІ СОБІВАРТОСТІ КОМУНАЛЬНИХ ПОСЛУГ | 98 |
| Галина Нагорняк, Руслан Склярів, Валерій Лазарюк ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ ЗАХИСТУ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ У МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ ТА МОЖЛИВОСТІ ЇХ РОЗВ'ЯЗАННЯ | 99 |
| Марія Зяйлик, Наталія Юрик ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ | 101 |
| Галина Машлій, Уляна Кипибіда ПРОБЛЕМИ ЗАЛУЧЕННЯ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ В ЕКОНОМІКУ УКРАЇНИ | 103 |
| Наталія Юрик, Ольга Дужак АНТИКРИЗОВЕ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ | 104 |
| Галина Нагорняк, Ірина Нагорняк, Роман Оксентюк АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ПРОЦЕСУ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЮ ВЛАСНІСТЮ СУЧАСНОГО ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА | 105 |
| Галина Нагорняк, Ірина Качур ПРАВОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАУКОВОГО ВІДКРИТТЯ ЯК ОБ'ЄКТА ПРАВА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ В УКРАЇНІ | 107 |
| Світлана Генова СТВОРЕННЯ ВИНА ЛОГОТИПОМ РЕСПУБЛІКИ МОЛДОВА В УМОВАХ ЕКСПОРТНО-ОРІЄНТОВАНОЇ ЕКОНОМІКИ | 109 |
| Ольга Мосій, Світлана Шмигун НАПРЯМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ У СФЕРІ ВІТЧИЗНЯНОГО АГРОПРОМИСЛОВОГО КОМПЛЕКСУ | 111 |
| Іван Гевко, Ольга Дужак ПРОБЛЕМИ ОЦІНКИ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ЕЛЕКТРОЕНЕРГЕТИКИ | 113 |
| Наталія Юрик, Анатолій Грабовський ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ ШВЕЙНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ | 114 |
| Емілія Різник, Ірина Вовк МАРКЕТИНГ В ПРОЦЕСІ СТВОРЕННЯ ЕКОЛОГІЧНИХ ІННОВАЦІЙ НА ПІДПРИЄМСТВІ | 116 |
| Андрій Оксентюк, Сергій Мельниченко ЗНАЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ЕФЕКТИВНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ | 117 |
| Галина Нагорняк, Софія Хом'як, Микола Мельничук ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МЕХАНІЗМУ РЕГУЛЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ АКТИВНОСТІ СУБ'ЄКТІВ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ | 119 |
| Іван Гевко, Юлія Тирчик ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ ЛІСОВОГО ГОСПОДАРСТВА | 121 |
| Олена Брилінська, Юрій Вовк КРЕАТИВНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ В ПРОЦЕСІ СТВОРЕННЯ ТВОРЧОЇ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ | 122 |

| | |
|--|-----|
| Ірина Качур, Ірина Вовк РОЛЬ ІНТЕГРОВАНИХ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ ДЛЯ ЗАВОЮВАННЯ НОВИХ РИНКІВ | 123 |
| Богдан Андрушків, Ольга Погайдак, Роман Шерстюк РАЦІОНАЛЬНЕ ВИКОРИСТАННЯ ПРИРОДНИХ РЕСУРСІВ – ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ | 124 |
| Анна Зелена, Ірина Вовк ОСНОВНІ ПРИНЦИПИ ТА ЕТАПИ ТВОРЧОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЗІ СТВОРЕННЯ НОВОГО ПРОДУКТУ В КОНДИТЕРСЬКІЙ ГАЛУЗІ | 125 |
| Лідія Ткач ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ЯК ПРОВІДНИЙ ЗАСІБ АНТИКРИЗОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ НА ПІДПРИЄМСТВІ | 126 |
| Ірина Нагорняк ПОДОЛАННЯ ПРОБЛЕМ РОЗВИТКУ КАДРОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ У СИСТЕМІ ЧИННИКІВ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ВІТЧИЗНЯНОГО МАШИНОБУДІВНОГО ПІДПРИЄМСТВА | 127 |
| Ольга Костовецька ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОЇ ТА КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ | 129 |
| Уляна Хрущ, Людмила Малюта ОБҐРУНТУВАННЯ СТРУКТУРИ ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ В ІННОВАЦІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ | 131 |
| Андрій Школовий, Богдан Андрушків УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РЕСУРСАМИ ПІДПРИЄМСТВ | 132 |
| Оксана Горобець УКРАЇНСЬКІ МІГРАНТИ В ПОЛЬЩІ: СОЦІАЛЬНІ АСПЕКТИ РЕСУРСОКОРИСТУВАННЯ | 133 |
| Альона Олійник ЕЛЕМЕНТИ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РЕСУРСАМИ ПІДПРИЄМСТВА | 135 |
| Осадчук Ю.М. ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ РИНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ | 137 |
| Павлова Марина СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ АСОРТИМЕНТУ ТОВАРІВ У РОЗДРІБНОМУ ТОРГОВЕЛЬНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ | 139 |
| Ярослав Белас, Юрій Білан ФОРМУВАННЯ БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩА МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА: ПРИКЛАД ЧЕСЬКОЇ РЕСПУБЛІКИ, СЛОВАЧЧИНИ ТА УКРАЇНИ | 141 |
| Анетта Зелінська ПРИНЦИПИ РАЦІОНАЛЬНОГО ГОСПОДАРЮВАННЯ | 142 |
| РЕКОМЕНДАЦІЇ | 143 |



Микола Григорович Чумаченко

народився 1 травня 1925 року в селянській родині в селі Гладківка (колишньому Келегеї) Голопристанського району Херсонської області. Учився в Келегейській неповній середній, а потім у Голопристанській середній школі № 1. У 1943-1949 рр. він – солдат Радянської Армії у складі військ 4-го Українського фронту. Після демобілізації з 1949 по 1961 рр. працює на Кутаїському автомобільному заводі ім. Г. К. Орджонікідзе старшим бухгалтером, начальником сектора матеріального обліку, заступником головного бухгалтера і головним бухгалтером заводу. Робота на заводі для М. Г. Чумаченка була школою виробничого досвіду: в цей період він активно вивчає економіку і господарську діяльність підприємства. Без відриву від виробництва з відзнакою закінчує у 1957 р. економічний факультет Тбіліського державного університету і вступає до заочної аспірантури

Київського фінансово-економічного інституту, одночасно займаючись виробничою та дослідницькою роботою. Результати останньої викладені в ряді публікацій та дисертації на здобуття вченого ступеня кандидата економічних наук «Питання аналізу рентабельності соціалістичних промислових підприємств (на прикладі промислових підприємств м. Кутаїсі)» (1962 р).

У 1970 р. Микола Григорович Чумаченко захистив у Московському економіко-статистичному інституті дисертацію на здобуття вченого ступеня доктора економічних наук на тему «Проблеми обліку і економічного аналізу в управлінні промисловим підприємством», у лютому 1971 р. йому присвоєно вчене звання професора. З 1973 р. він, професор обліково-фінансового факультету Донецького державного університету.

З вересня 1975 р. М. Г. Чумаченко очолював відділ проблем управління виробництвом Інституту економіки промисловості АН УРСР.

У 1976 р. М. Г. Чумаченко очолив вперше сформовану в Донбасі спеціалізовану раду по присудженню вченого ступеня доктора економічних наук.

У березні 1981 р. М. Г. Чумаченко обирається академіком-секретарем Відділення економіки АН УРСР, а в лютому 1982 р. Президія АН УРСР призначає його головою Донецького наукового центру АН УРСР.

В останні роки дослідження М. Г. Чумаченка були зосереджені на розробці концепції державної промислової політики та організаційного механізму управління державним сектором промисловості.

Микола Григорович має численні нагороди як учасник Великої вітчизняної війни.

У 1980 р. за цикл праць з питань планування економічного і соціального розвитку територіально-виробничих комплексів і міст М. Г. Чумаченку присуджена премія Академії наук Української РСР ім. О. Г. Шліхтера.

За цикл робіт із економічних проблем автоматизації виробництва М. Г. Чумаченку присуджена премія Академії наук України за 1992 р. ім. М. І. Туган-Барановського.

За активну участь у дослідженні проблем галузі М. Г. Чумаченко був нагороджений знаками «Шахтарська слава» I, II і III ступенів, йому присуджена премія ЦК ЛКСМ України і Міністерства вугільної промисловості Української РСР у галузі науки і техніки.

Помер у жовтні 2011 року.

УДК 658.012.4

Тетяна Кужда

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

КЛАСИФІКАЦІЯ ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Tetiana Kuzhda

CLASSIFICATION OF ENTERPRISE'S POTENTIAL

Enterprise capability is a system of the separate capabilities that forms the economic ability of the enterprise to compete with other enterprises and reflects the level of enterprise competitiveness.

Enterprise capability classification identifies its main components and defines each of them. Generally speaking, the enterprise capability includes such components as:

1) Production capacity is the productive resources, entrepreneurial and production capabilities and linkages which together determine the capacity of an enterprise to produce goods and services. It is the volume of products that can be generated by a production plant or enterprise in a given period by using current resources. The production capacity consists of

- land is the stocks of natural land resources that the enterprise can use for economic activity; it represents the physical place where a business is operating;

- fixed assets include the tangible, non-consumable items (such as machines and equipment) owned by the enterprise and forms the basis of technical and technological production capacity;

- working capital is a part of the production capacity in the form of raw materials, fuel, energy that are in inventories, work in progress and semi-finished products;

- intangible assets cover the non-monetary assets that are divided into two primary forms of intangibles – legal intangibles (such as trade secrets (e.g., customer lists), copyrights, patents, trademarks, and goodwill) and competitive intangibles (such as knowledge activities (know-how, knowledge), collaboration activities, and structural activities).

2) Labour capability is the employee potential that relates to employee's interpersonal connections and refers to the stock of competences, experience, skills, knowledge and personality attributes embodied in the ability to perform labour. Efficient use of employee potential depends on employee engagement that is shows how employees are committed to their organization's goals and values, motivated to contribute to organizational success, and are able at the same time to enhance their own sense of well-being.

3) Financial capability comprises the funds needed to do economic activity with its own funds or borrowed funds. Own funds are used by companies, enterprises or other economic entities to put into production in order to make a profit. Example of own funds is net profit. Borrowed funds are the funds (for example, loans) provided to an enterprise by a bank. It also means funds made temporarily available to the company from an external source (external investors) or an internal source (owners).

4) Investment capability is the part of financial capability that can be broken into three basic groups: ownership investments, lending investments and cash equivalents. The following are examples of ownership investments: stocks, investment for starting and running a business, investment into real estate and precious objects (metals). The lending investments are long-term loans and bonds. The cash equivalents are investments into assets that can easy to convert back into cash.

5) Innovative capability is the enterprise ability to effective use its own internal resources under the existing conditions in order to improve the quality, economy or efficiency of a specific product or process. It is an environment in which innovations are created, developed and implemented. Innovative capability of the enterprise is the capacity to develop, create and implement innovations. It is a basis for the process of translating an idea or invention into a good

or service that creates value or for which customers will pay.

6) Marketing capability covers the enterprise ability to determine the need and demand in order to meet the needs of potential markets. It is the estimated maximum total sales revenue of the enterprise from all the supplying channels in a market during a certain period. Marketing capability consists of sales potential that is the share of market potential allocated to a specific geographic area for a particular product; brand potential that is the possible future success in a particular market of a particular brand of product; and revenue potential that is the total amount of money expected by the company for goods sold or services provided during a certain time period.

7) Logistics capability is the enterprise ability to manage the flow of resources between the point of origin and the point of consumption in order to meet some requirements. It is based on the overall management of the way resources that are obtained, stored and moved to the locations where they are required.

8) Infrastructural capacity is the basic physical and organizational structures and facilities needed for the operation of an enterprise. It can be divided into two groups:

- external infrastructural capacity is the variety of physical and organizational structures and facilities (e.g. water treatment facilities, sewer lines, roads, utility grids, bridges, and railways, etc.) outside the enterprise which benefit its activities;

- internal infrastructural capacity is the enterprise ability to create, develop and use the physical and organizational structures and facilities within the enterprise that impact the approach and success of its operations (buildings, warehouses, equipment and so on).

9) Information capability is the collection, storage, processing and dissemination of information resources that are used to make rational decisions by top executives. It can be divided into two groups:

- internal information capability is the enterprise ability to collect, store, manage, exchange internal information in order to track, detect and control the strengths and weaknesses of enterprise internal environmental factors;

- external information capability is the enterprise ability to collect, store, manage, exchange the external information in order to track, detect and control the threats and opportunities of external environmental factors.

Efficient deployment and allocation of the enterprise capabilities when and where they are needed provides the enterprise capability management.

Enterprise capability management is the process through which an enterprise develops the internal capabilities to most efficient and effective work over the long term. It is the management of the limits of an organization's resources, such as its labour force, human capital, natural resources such as raw materials, tangible resources such as property or production machinery, office space, technology, equipment and intangible resources such as brand image and knowledge, financial resources and anything else a particular enterprise may use to make a profit. The main advantages of the enterprise capability management are: it provides efficient use of the resources; it increases the level of inter-personal trust among employees and cooperation and collaboration among the employees; it encourages employees to solve problems instead of avoiding them; it provides the efficient use of land, fixed assets, working capital and intangible assets; it provides the timely receipt of complete and accurate information; it helps to make rational managerial decisions; it promotes to develop investment, innovative, marketing and logistics capabilities; it promotes to grow of productivity and profitability; it increases total amount of output and reduces total cost of an enterprise; it enhances the efficient use of infrastructural capacity and information capabilities; it improves the enterprise performance through the sustainable work over the long term.

УДК 65.014.12:004.94

Олена Плоха

Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця

МОДЕЛЮВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Olena Plokha

MODELING OF INFORMATION MANAGEMENT SYSTEM OF INNOVATION ACTIVITIES OF ENTERPRISES

В умовах глобалізації усі галузі як матеріального, так й нематеріального виробництва, мають базуватися на проведенні досліджень і розробок, пошуку нових технологічних, організаційних та економічних рішень щодо підвищенні рівня інноваційності продукції та послуг з метою здобуття конкурентоспроможності у довгостроковій перспективі. Пріоритетною передумовою інтенсифікації інновацій, як найголовнішого чинника економічного зростання, є формування системи управління інноваційною діяльністю. Всебічна інформатизація суспільства вносить певні корективи й у процеси управління в будь-яких предметних областях, тому метою даної публікації є висвітлення практичних аспектів моделювання інформаційної системи управління інноваційною діяльністю.

Моделювання системи управління інноваційною діяльністю з метою її подальшої автоматизації є оптимальним засобом виявлення проблем щодо реалізації певних бізнес-процесів на підприємстві, оптимізації потоків інформації та створення відповідних баз даних для оцінки інформації та прийняття ефективних управлінських рішень. Для успішного моделювання з використанням IDEF0-методології об'єкт проектування має бути адекватно описаний, побудовані повні і несуперечливі функціональні моделі ІС. На рис. 1 представлено функціональний блок, основні вхідні та вихідні інформаційні потоки, регламенти та відповідальних за процес управління інноваційною діяльністю. На рис. 2 представлені основні декомпозиційні блоки, які розкривають сутність процесу управління інноваційною діяльністю, виходячі зі стадій його реалізації [2,3]. На рис. 3 представлено декомпозицію бізнес-процесу А1, в основу якого покладено послідовність етапів розробки інноваційної ідеї від дослідження інноваційного оточення та можливостей до розробки бізнес-плану інноваційної ідеї [1-3].



Рис. 1. Контекстна діаграма бізнес процесу

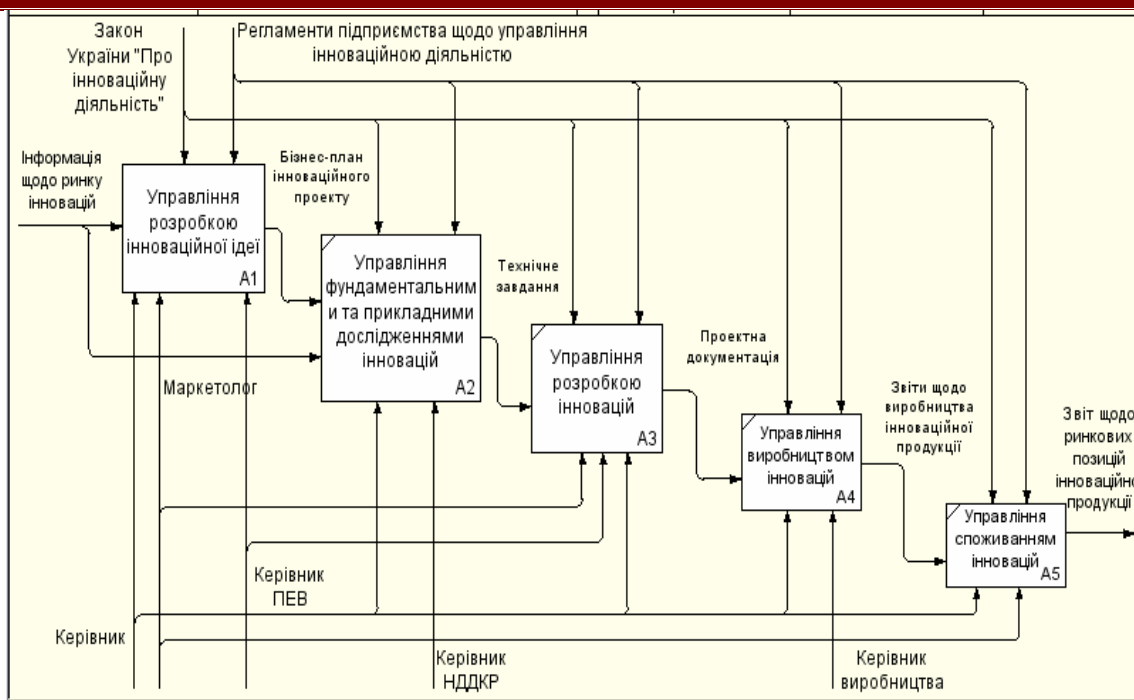


Рис. 2. Діаграма 1-го рівня декомпозиції

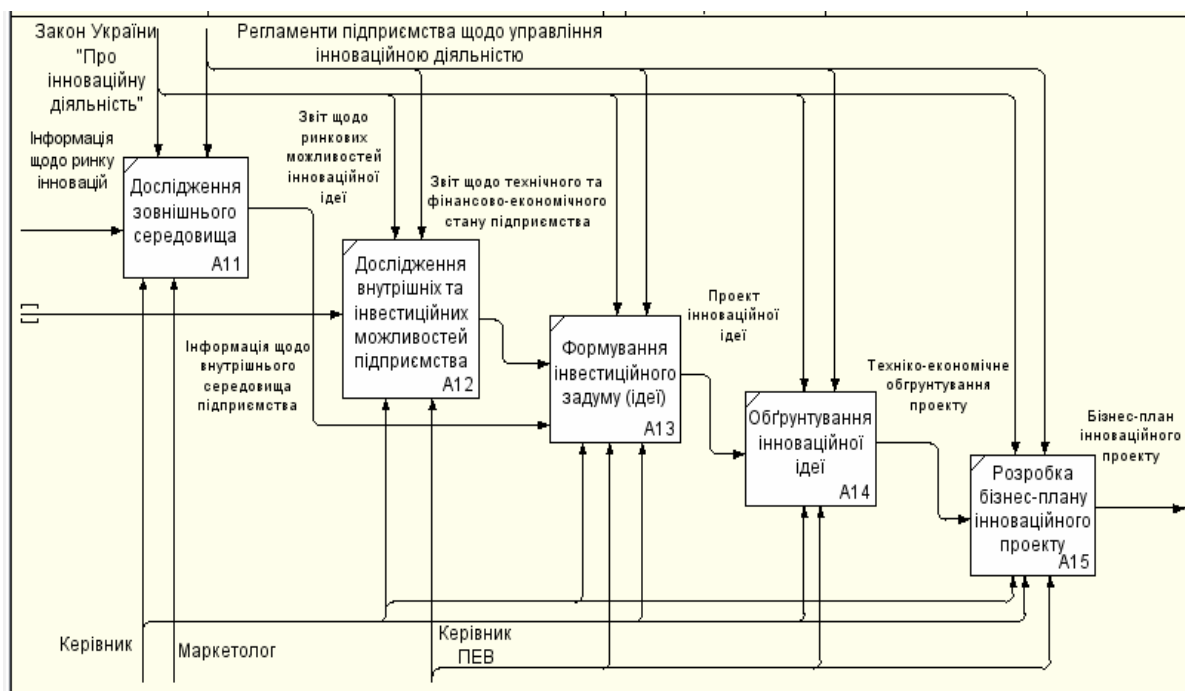


Рис. 3. Декомпозиція бізнес-процесу «Управління розробкою інноваційної ідеї»

Пріоритетним напрямом подальших досліджень щодо проектування інформаційної системи управління інноваційною діяльністю підприємства є поглиблена декомпозиція діаграм верхнього рівня, а також розробка інформаційної моделі та проектування бази даних.

Література:

1. Закон України «Про інноваційну діяльність» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/40-15>
2. Йохна М.А. Інноваційний менеджмент: Навчальний посібник / М.А. Йохна, В.В. Стадник. – К.: Видавничий центр „Академія”, 2006. – 464 с.
3. Павленко І.А. Економіка і організація інноваційної діяльності: Навч.-метод. посібник / І.А. Павленко, Н.П. Гончарова, Г.О. Швиданенко. – К.: КНЕУ, 2002. – 150 с.

УДК 338.45

Олег Бендасюк, Роман Шерстюк

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

**РАЦІОНАЛЬНЕ ЕНЕРГОВИКОРИСТАННЯ: ЕНЕРГОЕКОНОМІЧНІ
ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ СОЦІОГУМАНІТАРНОГО
КОМПЛЕКСУ УКРАЇНИ**

Oleg Bendasiuk, Roman Sherstiuk

**THE RATIONAL USE OF ENERGY: ENERGYSAVING PROBLEMS OF
DEVELOPMENT OF THE SOCIOHUMANITARIAN COMPLEX OF UKRAINE**

На даний час виробники різних видів енергії і енергоресурсів активно займаються інформаційним забезпеченням споживачів, кампаніями по пропаганді енергозбереження, навчанням, консалтингом, енергетичним аудиторством, науково-дослідницькою діяльністю, зміною тарифної системи, інвестуванням коштів у вищезазначені заходи. Виробникам вигідно цим займатися, тому що всі ці витрати окупаються за рахунок зменшення витрат унаслідок зменшення обсягів виробництва на найменш ефективних виробничих потужностях або в результаті зменшення потреби в монтажі нових установок.

Як правило, значна економія може бути досягнута без особливих витрат або при дуже низькому їх рівні. У цьому випадку головне — інформація. Часто дуже важко пояснити людям, що вони нехтують можливостями економії, які можуть і не вимагати жодних витрат. Економія іншого роду може бути досягнута шляхом інвестування, і такі інвестиції вигідні. Період окупності таких інвестицій може скласти приблизно один рік.

Як показує зарубіжний досвід, хід реалізації переведення економіки промислово розвинених країн на енергозберігаючі методи господарювання красномовно свідчить про те, що, незважаючи на усвідомлення більшою частиною суспільства необхідності більш раціонального підходу до використання паливно-енергетичних ресурсів, успіх проведення енергозберігаючої політики в будь-якій країні значною мірою залежить від ступеню організації державою системи своїх взаємовідносин зі всіма його потенційними учасниками, рівно як і цих учасників між собою.

У той час як галузеві міністерства здійснюють загальне керівництво формуванням і реалізацією енергозберігаючої політики, неміністерські організації, в основному агентства з питань енергозбереження, є безпосередніми провідниками цієї політики в життя.

У деяких країнах висловлюються заперечення проти того значення, яке приділяється існуванню і діяльності подібних структур. Як аргумент вказуються значні витрати громадських коштів, що виділяються на покриття експлуатаційних витрат Агентств енергозбереження, а також на високу степінь бюрократизму, особливо при наданні грантів і субсидій.

Однак користь, яку приносять Агентства енергозбереження в сфері збору і обробки даних про потенціал енергозбереження в різних секторах економіки, оцінки енергоефективних проектів з точки зору перспективності вкладення державних коштів, проведення державної лінії в діалозі з енерговиробниками і споживачами, надання широкого спектру консалтингових послуг клієнтам і проведення інформаційно-пропагандистських і освітніх кампаній, перекиває вказані вище недоліки.

Для успішної реалізації енергозберігаючої політики немаловажним є активне застосування накопиченого у світі позитивного досвіду у сфері формування і впровадження в життя заходів, що сприяють зростанню енергоефективності.

Однією з необхідних умов для цього є активне міжнародне співробітництво з багатьох проблем енергозбереження, яке направлене на колективний пошук оптимальних

рішень, що дозволяють скоротити витрати паливно-енергетичних ресурсів без втрат для економіки і рівня життя, а також на поширення та адаптацію ефективних заходів енергозберігаючої політики на інші країни.

Значних успіхів у розвитку енергозбереження можна досягнути і на рівні міст, причому як великих, так і середніх.

У багатьох країнах світу набуло поширення використання поновлювальних джерел енергетичних ресурсів (ПДЕ). Паралельно в цих країнах розвивається і законодавство в даній галузі, що природно, тому що в суспільстві, яке регулюється законами, будь-який новий напрямок діяльності дістає ту чи іншу нормативну базу.

Стратегія енергозбереження в Україні є особливо актуальною для соціогуманітарної сфери.

Для правового забезпечення розв'язання проблем енергозбереження було прийнято Закон України «Про енергозбереження». У ньому визначені правові, економічні та соціальні основи раціонального використання паливно-енергетичних ресурсів підприємствами, об'єднаннями і організаціями, розташованими на території України, незалежно від їх підпорядкованості і форм власності, а також громадянами України. Наукова концепція Закону відображає загальноприйняті у світовій практиці погляди на природу і зміст державної політики в галузі енергозбереження, яка активно проводиться у промислово розвинених країнах Західної Європи й Америки.

Для реалізації законодавства про енергозбереження Указами Президента України були утворені відповідні комісії та Державний комітет України з енергозбереження.

Сьогодні в нашій країні створюється державний механізм ефективного використання енергії. Практично з'являється новий вид продукції – енергія, заощаджена в результаті її ефективного використання; енергія, отримана завдяки впровадженню енергозберігаючих заходів; і просто зекономлена енергія. Така екоенергія є економічно вигідною: кожна гривня, вкладена в енергозбереження, дає 3–4 гривні прибутку. Крім того, вона екологічно безпечна.

Генеральним штабом цієї екоенергетичної галузі є Держкоменергозбереження України. За роки своєї діяльності Комітетом виконана значна робота в галузі енергозбереження в Україні.

Отже аналіз енергетичної ефективності соціогуманітарної сфери України показує, що за минулий період пройшли докорінні якісні зміни у структурі витрат енергії, техногенна інтенсифікація витрат, зростання в їхній структурі до 90% частки витрат на механізацію, електрифікацію, хімізацію, будівництво зумовило значне зростання продуктивності праці.

Паливно-енергетичні ресурси України в соціогуманітарній сфері теж використовуються неефективно.

Крім цього, доцільно врахувати, що на збільшення вартості енерговитрат впливає зростання тарифів на електро- та інші види енергії.

Для підвищення енергоефективності підприємствам необхідно зменшити рівень енерговитрат в т.ч. і у соціогуманітарній сфері. В силу цих обставин доцільним є активізація аналітичної роботи.

Вихідним етапом роботи з енергозбереження є проведення енергетичного обстеження (енергоаудиту) підприємства. Мета обстеження — виявлення втрат і непродуктивних витрат енергоресурсів, складання паливно-енергетичних балансів і переліку енергозберігаючих проектів і заходів з енергозбереження, ранжування їх за величиною витрат, термінів окупності і тривалості реалізації.

УДК 330.341.1

Ярина Пилип'юк

Львівський національний університет імені Івана Франка

ФІНАНСОВИЙ ПОТЕНЦІАЛ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ

Yaryna Pilypyuk

FINANCIAL POTENTIAL OF INNOVATIVE DEVELOPMENT OF ECONOMY

Інноваційний тип економічного розвитку виступає фундаментом, який визначає економічну потужність країни та її перспективи на світовому ринку. Під інноваційним розвитком слід розуміти складний економічний процес щодо відтворення продукту, який забезпечує життєдіяльність людини на новому і вищому якісному рівні розвитку продуктивних сил і виробничих взаємозв'язків між його учасниками. Інноваційний етап розвитку нерозривно пов'язаний з пошуком джерел фінансових ресурсів та підвищенням ефективності використання фінансових важелів. [2, с. 145]

Задля забезпечення інноваційних процесів і зрушень окрім програм розвитку, політичної волі, відповідної інфраструктури, необхідні також фінансові ресурси, джерелом яких може стати фінансовий потенціал. Фінансовий потенціал інноваційного розвитку формується потенційними фінансовими можливостями та здатністю до масштабних інноваційних проектів на національному рівні у визначених галузевих векторах. За своєю суттю, це комплекс взаємопов'язаних фінансових ресурсів і здатностей до їх реалізації, що визначають його спроможність приводити у відповідність до зовнішніх вимог внутрішні можливості. Реалізація фінансового потенціалу інноваційного розвитку здійснюється на основі постійної взаємодії науково-дослідного, виробничого та фінансового сектору. [3, с. 31]

Фінансове забезпечення інноваційного розвитку підприємств в контексті і загальнотеоретичної, і практичної площини доцільно визначати цілісним процесом, що охоплює власне фінансове забезпечення, можливості нагромадження і відтворення фінансових ресурсів, а також його регулятивний потенціал. Зважаючи, що економічну основу фінансового забезпечення становлять фінансові ресурси, основні його проблеми вбачають у їх наявності. Незважаючи на поширеність такого підходу, в окремих аспектах він може бути визнаний обмеженим, оскільки висвітлює однобічну залежність між обсягами фінансових ресурсів та рівнем розвитку, коли фінансові потоки нібито консервуються в стані, що існує в конкретному часі та просторі. Разом з тим, не можна ігнорувати внутрішні імпульси (часто зовні не передбачуваного руху) залежностей між обсягами фінансових ресурсів і можливостями розвитку [2, с. 146]

Аналіз проблем фінансового забезпечення інновацій вимагає визначення економічної основи такої наукової категорії як "фінансовий потенціал інноваційного розвитку". Цілісне уявлення про фінансовий потенціал інноваційного розвитку формується на основі різнобічних поглядів: з одного боку він представляється як абстрактна фінансова категорія, яка утворюється в результаті взаємодії всіх елементів фінансових відносин, як наявних так і прихованих, а з іншого – як фінансовий фундамент інноваційного розвитку, характеристика якого відображається через наявні ресурси та їх резерви, що можуть бути використані за певних умов. Узагальнений зміст цього поняття – сукупність фінансових можливостей економічної системи для інноваційного розвитку в інтересах економічного прогресу. Зміни цих можливостей відбуваються з двох причин. По-перше, як наслідок оптимального та раціонального використання фінансових ресурсів

на потреби інноваційного розвитку. По-друге, в результаті дії власне інноваційних процесів, учасниками яких є самі інновації, що характеризуються певними особливостями, а саме: вони є не тільки причиною інвестицій, але й їх акумулюючим джерелом. [5, с. 39]

З одного боку, фінансовий потенціал є джерелом забезпечення належного функціонування держави та її соціально-економічного розвитку, а з іншого, – є результатом минулої фінансової діяльності. [4, с. 17]

Систематизація наукових здобутків дає підстави зробити висновок про існування двох домінуючих систем поглядів (концепцій) щодо з'ясування економічної сутності фінансового потенціалу, які сформулюємо як кількісний та якісний підходи. Перший передбачає розгляд фінансового потенціалу як сукупності фінансових ресурсів, фактично їх арифметичної суми. При якісному підході робиться наголос на тому, що фінансовий потенціал – це, в першу чергу, здатність, можливість використання цих ресурсів. [4, с. 20]

Спільною рисою категорій «фінансовий потенціал» та «фінансові ресурси» є їх характеристика як запасу, у той же час характеристика можливості для використання (перерозподілу) стосується лише «фінансового потенціалу». Звернемо увагу на той аспект, що ми не можемо назвати фінансовим потенціалом фінансові ресурси через те, що вони не відображають аспект можливості подальшого залучення та експлуатації, адже вони вже мобілізовані фінансовою системою. Отже, фінансовий потенціал, включаючи в себе фінансові ресурси, відрізняється від них (у сторону збільшення) на величину ресурсів, що не задіяні у процесах економічного відтворення, але мають таку можливість. Сукупність та взаємодія наявних фінансових ресурсів і невикористаних (пасивних) ресурсів становить сутність фінансового потенціалу, але лише остання складова дозволяє застосовувати термін «потенціал». Таким чином, в аналітичному контексті дослідника повинен цікавити не лише обсяг фінансово потенціалу, але і його структура – співвідношення між використаною (активною) та невикористаною (пасивною) складовими. [1, с.40]

Таким чином, в найбільш узагальненій формі зміст фінансового потенціалу інноваційного розвитку представлено як сукупність фінансових можливостей економічної системи для інноваційного розвитку в інтересах економічного прогресу. Визначено, що кількісні і якісні зміни таких можливостей досягаються завдяки раціональному використанню фінансових ресурсів на потреби інноваційного розвитку. Оскільки реальні резерви на кожному етапі мають певні і дуже рухливі межі, то на перший план виходять питання адекватної організації, зокрема через фінансовий механізм. [2, с. 147]

Література:

1. Вдовиченко А. М. Фінансовий потенціал населення: нові можливості інноваційного розвитку економіки України / А. М. Вдовиченко: Монографія. – Ірпінь: Національний університет ДПС України, 2012. – 225 с.
2. Свидерський П. В. Фінансове забезпечення інноваційного розвитку промислових підприємств / П. В. Свидерський // Економіка і управління. – 2011. – №6. – С.145-151.
3. Фінансовий потенціал як складова ендогенного потенціалу інноваційного розвитку економіки / О. С. Гуменюк // Фінансовий простір . – 2013. – № 3. – С. 31-37. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Fin_pr_2013_3_6.pdf
4. Формування фінансового потенціалу інвестиційної діяльності в економіці України: монографія / [М.І. Крупка, Д.В. Ванькович, Н.Б. Демчишак, М.І. Кульчицький]. – Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2011. – 404 с.
5. Яфінович О. Фінансова політика інноваційного розвитку: сутність та цілі / О. Яфінович // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка. – 2011. – № 127. – с. 37-41

УДК 658.016

Роман Федорович, Віра Серединська

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

НЕОБХІДНІСТЬ МАРКЕТИНГУ НА РІЗНИХ ЕТАПАХ ІННОВАЦІЙНОГО ПРОЦЕСУ

Roman Fedorovich, Vira Seredynska

THE NECESSITY OF MARKETING AT DIFFERENT STAGES OF INNOVATION PROCESS

An analysis of the implementation feasibility of applied research and development is of paramount factor in consumption of the results. In these circumstances, an important component of successful development of domestic enterprises is the ability to propose, develop, produce, bring to market and promote on it various innovations. In turn, the process of consumption should be based on the latest achievements of science and technology and continuously improve. Therefore, in current economy conditions the role of marketing in innovation activity of an enterprise has been growing rapidly.

Market relations connect researchers and developers, manufacturers and consumers through the indicators of profitability into a single system, in which everyone is interested in increasing its share in total income with the help of the creation, production and consumption of innovation. Consideration of a three-tier system singularity «science – production – consumption», its components and the resulting factors affecting the organization and the efficiency of a specific innovation project is a priority to its executors.

The presentation of the «research – production – consumption» cycle stages as one technological chain led to a systematic concept «innovation life cycle». It encompasses an interconnected complex of works beginning from distinguishing new needs to putting down together fresh scientific ideas and technical capabilities to meet them.

Within the cycle scientific and technical results are moving in time: the generation and selection of ideas → basic research → applied research → development works and organizational tools → manufacture of innovations → commercialization of innovations → replacement of innovations.

An important role in each stage of the innovation cycle and innovation process as a whole belongs to innovative marketing. Review of the literature and own studies make it possible to argue that it should be understood as the integrated use of marketing principles and techniques to create the necessary conditions for enterprises to find productive changes and their implementation, distribution and commercialization. Thus, innovative marketing should be viewed as an integrated tool aimed at the development of innovation-oriented internal and external needs, creating a high degree of accessibility for consumers.

The main precondition for successful innovation is the existence of actual or potential customer needs. They make economic subjects to change not only the quality of goods and services, but also to change their appearance, structure, improve function. As the foreign and domestic practice shows about 75% implemented innovations is a response to the changing needs of the market, and only 25% – the result of the introduction of new ideas that emerged during the research.

In practice, as it is known, there are cases where for various reasons a promising innovative project may meet with difficulties with the commercialization of its results. This leads

to the fact that resources invested in it do not bring the expected returns at all, or they are postponed indefinitely. Therefore, the decision to implement innovative ideas needs to assess based on market demand for innovation, that is to say to assess its market potential. This assessment should be carried out in the light of the most stable element – the consumer needs. To do this, market researchers need to find out:

- who are willing to pay to satisfy this need;
- prospects needs, availability of alternatives to satisfy it;
- level of market perception of this innovation created on the basis of this idea;
- presence in ideas for future innovation socially negative factors that hinder its implementation;
- ability to influence economic and social trends in the perception of future innovations by consumers;
- the use of future innovation in new areas, except for traditional;
- study of main competitors intentions in the industry;
- compliance with industry innovation trends.

Thus assessment of market potential of innovation allows to:

- determine the number of potential buyers present on the industry market and their financial capabilities;
- assess the extent of competition, identify key competitors and their market share, establish methods of competition, and hence the company's ability to penetrate this market;
- predict the reaction of potential consumers to change in product quality that would measure feasibility manufacturer efforts to improve product characteristics and thus its future relevance in innovation activity, to determine the prospects of the industry development.

The simplest approach to the understanding of the product is to form the collection of characteristics, properties, parameters, etc., required to meet the needs and provide the expected benefits for both consumers and producers. Therefore, the formation of the concept of innovation market researchers must show:

- for which market segments the company creates innovation;
- basic innovations parameters that meet the requirements of the segment;
- the main benefits of innovations to existing products and how they are obvious to consumers;
- requirements for the marketing channels of distribution and the likely timing for the innovative product release;
- the overall cost for the enterprise to create and bring innovations into market;
- the possible extent and probable sales price of the innovation.

The formation and selection of strategic directions of innovation is based on a comprehensive assessment of the environment in which the entity operates, and the definition of internal innovative business opportunities that are characterized by levels and usage of innovative capacity. These innovative capabilities of enterprises differ depending on the specific characteristics of the company, its industry sector and strategic focus. In this regard, the evaluation of innovative potential in modern conditions is objectively necessary element in the process of innovation management of a company. Any commercially successful innovation – is primarily a manifestation of the innovation potential of the company and its field of operation.

УДК 338.2

Ірина Котовська

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

МІСІЯ ТА БАЧЕННЯ: ОСНОВНІ ВІДМІННОСТІ

Iryna Kotovs'ka

MISSION VS. VISION: WHAT'S THE DIFFERENCE?

A mission and vision are standard and critical elements of a company's organizational strategy. Most established companies develop organizational mission statements and vision statements, which serve as foundational guides in the establishment of company objectives. The company then develops strategic and tactical plans for objectives. Vision and mission statements often can be found in the front of annual reports. They often are displayed throughout a firm's premises and are distributed with company information sent to constituencies. The statements are part of numerous internal reports, such as loan requests, supplier agreements, labor relations contracts, business plans, and customer service agreements.

We can perhaps best understand vision and mission by focusing on a business when it is first started. In the beginning, a new business is simply a collection of ideas. Starting a new business rests on a set of beliefs that the new organization can offer some product or service to some customers, in some geographic area, using some type of technology, at a profitable price. A new business owner typically believes that the management philosophy of the new enterprise will result in a favorable public image and that this concept of the business can be communicated to, and will be adopted by, important constituencies. When the set of beliefs about a business at its inception is put into writing, the resulting document mirrors the same basic ideas that underlie the vision and mission statements. As a business grows, owners or managers find it necessary to revise the founding set of beliefs, but those original ideas usually are reflected in the revised statements of vision and mission.

A vision statement should answer the basic question, "What do we want to become?" A clear vision provides the foundation for developing a comprehensive mission statement. Many organizations have both a vision and mission statement, but the vision statement should be established first and foremost. The vision statement should be short, preferably one sentence, and as many managers as possible should have input into developing the statement.

An enduring statement of purpose that distinguishes one organization from other similar enterprises, the mission statement is a declaration of an organization's "reason for being." It answers the pivotal question "What is our business?" A clear mission statement is essential for effectively establishing objectives and formulating strategies. A business mission is the foundation for priorities, strategies, plans, and work assignments. It is the starting point for the design of managerial jobs and, above all, for the design of managerial structures.

The mission statement concentrates on the present; it defines the customer(s), critical processes and it informs you about the desired level of performance.

The vision statement focuses on the future; it is a source of inspiration and motivation. Often it describes not just the future of the organization but the future of the industry or society in which the organization hopes to effect change.

There is a widespread belief that between the mission and vision there is no significant difference. However, as noted above, the mission and vision are different elements of the strategic management process. For a better understanding of their differences will present a comparison table:

Comparison chart of mission and vision statements

| | Mission Statement | Vision Statement |
|------------------------------------|---|--|
| About | A mission statement talks about how you will get to where you want to be. Defines the purpose and primary objectives related to your customer needs and team values. | A vision statement outlines where you want to be. Communicates both the purpose and values of your business. |
| Answer | It answers the question, "What do we do? What makes us different?" | It answers the question, "Where do we aim to be?" |
| Time | A mission statement talks about the present leading to its future. | A vision statement talks about your future. |
| Function | It lists the broad goals for which the organization is formed. Its prime function is internal; to define the key measure or measures of the organization's success and its prime audience is the leadership, team and stockholders. | It lists where you see yourself some years from now. It inspires you to give your best. It shapes your understanding of why you are working here. |
| Change | Your mission statement may change, but it should still tie back to your core values, customer needs and vision. | As your organization evolves, you might feel tempted to change your vision. However, mission or vision statements explain your organization's foundation, so change should be kept to a minimum. |
| Developing a statement | What do we do today? For whom do we do it? What is the benefit? In other words, Why we do what we do? What, For Whom and Why? | Where do we want to be going forward? When do we want to reach that stage? How do we want to do it? |
| Features of an effective statement | Purpose and values of the organization: Who are the organization's primary "clients" (stakeholders)? What are the responsibilities of the organization towards the clients? | Clarity and lack of ambiguity: Describing a bright future (hope); Memorable and engaging expression; realistic aspirations, achievable; alignment with organizational values and culture. |

Every organization has a unique purpose and reason for being. This uniqueness should be reflected in vision and mission statements. The nature of a business vision and mission can represent either a competitive advantage or disadvantage for the firm. An organization achieves a heightened sense of purpose when strategists, managers, and employees develop and communicate a clear business vision and mission.

Well-designed vision and mission statements are essential for formulating, implementing, and evaluating strategy. Developing and communicating a clear business vision and mission are the most commonly overlooked tasks in strategic management. Without clear statements of vision and mission, a firm's short-term actions can be counterproductive to long-term interests. Vision and mission statements always should be subject to revision, but, if carefully prepared, they will require infrequent major changes. Organizations usually reexamine their vision and mission statements annually. Effective mission statements stand the test of time.

УДК 338.658

Любов Гац

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ІНДИКАТОРИ МАТЕРІАЛЬНОЇ МОТИВАЦІЙНОЇ СКЛАДОВОЇ РОЗВИТКУ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Lyubov Hats

THE INDICATORS OF MATERIAL MOTIVATIONAL COMPONENT OF ENTERPRISES ACTIVITY

Економічний аспект розвитку підприємства характеризується низкою показників комплексна оцінка яких базується на інформаційних даних констатації фактів рівня забезпеченості ресурсами та ефективності їх використання.

Узагальнено систему показників згруповано в блоки:

- ефективності використання: трудових ресурсів(КЕТР); матеріальних ресурсів(КЕВР); фінансових ресурсів(КЕФР);
- завантаженості ресурсами (КЗВР);
- матеріальної мотивації (КМТР).

Оптимальне використання трудових ресурсів можливе при дієвому механізмі мотивації, як чинника активізації діяльності з метою отримання максимальної віддачі, що сприяє підвищенню загальної результативності.

Матеріальна складова мотивації з позиції підприємства враховує інтереси працедавця у відповідності до поставлених ним цілей, а працівника – його прагненням отримати максимальну винагороду.

Рекомендації з оцінки матеріальної мотиваційної складової розвитку апробовано для ПАТ ТРЗ “Оріон”

Таблиця 1

Темпи росту індикаторів ділової активності ПАТ ТРЗ “Оріон” за 2009-2013 рр.

| Показники | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 |
|-----------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Кетр | 1,9731 | 0,6084 | 1,6857 | 1,5142 | 0,5157 |
| Кмтр | 0,9076 | 1,0579 | 0,7924 | 1,0594 | 1,1061 |
| Кевр | 2,5417 | 0,4831 | 1,1681 | 2,0156 | 0,4272 |
| Кзвр | 0,5508 | 1,8561 | 0,6345 | 0,4702 | 2,7900 |
| Кефр | 0,7870 | 1,0718 | 1,2127 | 1,0153 | 0,8991 |

Визначення впливу кожного з вказаних індикаторів здійснюється за формулою: ефективності використання трудових ресурсів (КЕТР)

$$\Delta I_{\text{КЕТР}}^{\text{КДА}} = \sqrt[m]{I_{\text{КЕТР}}^n \times I_{\text{КМТР}}^{n-1} \times I_{\text{КЕВР}}^{n-1} \times I_{\text{КЗВР}}^{n-1} \times I_{\text{КЕФР}}^{n-1}} - \sqrt[m]{I_{\text{КЕТР}}^{n-1} \times I_{\text{КМТР}}^{n-1} \times I_{\text{КЕВР}}^{n-1} \times I_{\text{КЗВР}}^{n-1} \times I_{\text{КЕФР}}^{n-1}}$$

вплив матеріальної мотивації (КМТР)

$$\Delta I_{\text{КМТР}}^{\text{КДА}} = \sqrt[m]{I_{\text{КЕТР}}^n \times I_{\text{КМТР}}^n \times I_{\text{КЕВР}}^{n-1} \times I_{\text{КЗВР}}^{n-1} \times I_{\text{КЕФР}}^{n-1}} - \sqrt[m]{I_{\text{КЕТР}}^n \times I_{\text{КМТР}}^{n-1} \times I_{\text{КЕВР}}^{n-1} \times I_{\text{КЗВР}}^{n-1} \times I_{\text{КЕФР}}^{n-1}}$$

вплив матеріальних ресурсів(КЕВР)

$$\Delta I_{\text{КЕВР}}^{\text{КДА}} = \sqrt[m]{I_{\text{КЕТР}}^n \times I_{\text{КМТР}}^n \times I_{\text{КЕВР}}^n \times I_{\text{КЗВР}}^{n-1} \times I_{\text{КЕФР}}^{n-1}} - \sqrt[m]{I_{\text{КЕТР}}^n \times I_{\text{КМТР}}^n \times I_{\text{КЕВР}}^{n-1} \times I_{\text{КЗВР}}^{n-1} \times I_{\text{КЕФР}}^{n-1}}$$

завантаженості ресурсів (КЗВР)

$$\Delta I_{\text{кда}}^{\text{кзвр}} = \sqrt[m]{I_{\text{кетр}}^n \times I_{\text{кмтр}}^n \times I_{\text{кевр}}^n \times I_{\text{кзвр}}^n \times I_{\text{кефр}}^{n-1}} - \sqrt[m]{I_{\text{кетр}}^n \times I_{\text{кмтр}}^n \times I_{\text{кевр}}^n \times I_{\text{кзвр}}^{n-1} \times I_{\text{кефр}}^{n-1}}$$

ефективності використання фінансових ресурсів(КЕФР)

$$\Delta I_{\text{кда}}^{\text{кефр}} = \sqrt[m]{I_{\text{кетр}}^n \times I_{\text{кмтр}}^n \times I_{\text{кевр}}^n \times I_{\text{кзвр}}^n \times I_{\text{кефр}}^n} - \sqrt[m]{I_{\text{кетр}}^n \times I_{\text{кмтр}}^n \times I_{\text{кевр}}^n \times I_{\text{кзвр}}^n \times I_{\text{кефр}}^{n-1}}$$

За результатами розрахунків відхилення результуючого показника за означеними чинниками представлено у табл. 2, рис. 1.

Таблиця 2

Динаміка показника ділової активності за тенденцією змін індикаторних показників впливу ПАТ ТРЗ “Оріон”

| Показники | 2010 рік | 2011 рік | 2012 рік | 2013 рік |
|------------|----------|----------|----------|----------|
| Ікда | 0,908379 | 1,037203 | 1,09071 | 0,906252 |
| Ікда(кетр) | 0,905387 | 1,113752 | 1,015195 | 0,879319 |
| Ікда(кмтр) | 0,933566 | 1,051194 | 1,075924 | 0,886937 |
| Ікда(кевр) | 0,669757 | 1,25423 | 1,199965 | 0,650332 |
| Ікда(кзвр) | 0,853953 | 1,0119 | 1,130158 | 0,928551 |
| Ікда(кефр) | 0,908379 | 1,037203 | 1,09071 | 0,906252 |

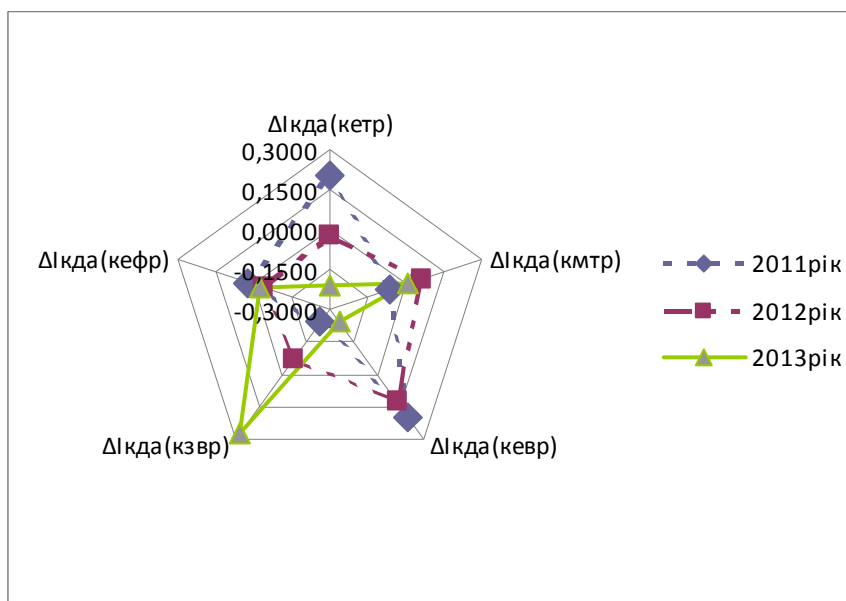


Рис.1. Відхилення ділової активності за факторами впливу на ПАТ ТРЗ “Оріон” за 2011-2013 рр.

Отримані результати дають можливість зробити висновок, що за період 2009-2013рр ділова активність ПАТ ТРЗ “Оріон” є нестабільною, супроводжується негативним мотиваційним ефектом зміни рівня витрат оплати праці.

Використання інтегрального індексу ділової активності сприятиме покращенню обґрунтування та прийняття раціональних управлінських рішень використання ресурсів та формування ефективного мотиваційного механізму.

УДК 339.187

Андрій Оксентюк, Володимир Владика

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ОСОБЛИВОСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАБІЛЬНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ НАЦІОНАЛЬНОГО РИНКУ БУДІВЕЛЬНИХ МАТЕРІАЛІВ

Andrij Oksentyuk, Volodimir Vladika

FEATURES OF SUSTAINABLE FUNCTIONING ENSURING OF ENTERPRISES OF NATIONAL BUILDING MATERIALS MARKET

Про стан економіки будь-якої держави можна судити за обсягами капітального будівництва, тому промисловість будівельних матеріалів справедливо називають індикатором інвестиційної активності. Адже з розвитком будівельної галузі будуть розвиватися: виробництво будівельних матеріалів і відповідного обладнання, машинобудівна галузь, металургія та металооброблення, нафтохімія, виробництво скла, деревообробна і фарфоро-фаянсова промисловість, транспорт, енергетика тощо. Як ніяка інша галузь економіки, будівництво сприяє розвитку підприємств малого бізнесу, особливо того, який спеціалізується на оздоблювальних і ремонтних роботах, на виробництві та встановленні вбудованих меблів тощо. Ріст будівельної галузі неминуче викликає економічний ріст у країні та виникнення необхідних умов для розв'язання багатьох соціальних проблем. Але на сучасному етапі її розвитку говорити про будь-яку конкурентоспроможність цієї галузі не представляється можливим.

Сучасна промисловість будівельних матеріалів – це комплексна галузь, яка містить у собі більше двадцяти самостійних підгалузей, багато з яких, у свою чергу, нараховують у своєму складі кілька видів виробництв, при цьому кожна підгалузь утворює свій ринок, який функціонує самостійно, утворюючи у сукупності загальний ринок будівельних матеріалів. По ситуації у будівельному комплексі можна безпомилково судити про інноваційно-інвестиційні процеси, які відбуваються в економіці країни. Промисловість будівельних матеріалів є великою складовою економіки будь-якої країни. Ця галузь, будучи основною матеріальною базою для будівельного комплексу, істотно впливає на темпи зростання в інших галузях економіки та соціально-економічний стан суспільства у цілому. Промисловість будівельних матеріалів включає виробництво основних видів будівельних матеріалів – цементу, цегли та інших стінових матеріалів, бетону та бетонних конструкцій, азбоцементних виробів, плитки керамічної, брущатки, теплоізоляційних матеріалів, покрівельних матеріалів і багатьох інших.

Асортимент та якість продукції вітчизняних виробників не завжди задовольняє потреби сучасного будівництва. Суттєве відставання обумовлене недостатнім технічним рівнем виробництва, для підвищення якого необхідні інноваційні та інвестиційні проекти. Сучасний стан будівельної галузі переживає глибоку та затяжну кризу. Мабуть, жодна з галузей народного господарства не пережила такого значного спаду, як будівельна індустрія, і особливо її найбільший сегмент – житлове будівництво. Світова фінансова криза, що вдарила по ринку нерухомості в багатьох країнах, відгукнулася в Україні заморожуванням будівництва, падінням цін на квартири, згортанням іпотечних програм та інших форм фінансування галузі. Незважаючи на високу капіталізацію, фінансова криза в інших галузях змушує у терміновому порядку знижувати ціни на такий товар для забезпечення отримання необхідних коштів. Проблеми у суміжних сферах вже не впливають на ціновий обвал на ринку нерухомості. Якщо раніше ситуація у будівельній сфері й у виробництві будівельних матеріалів розглядалася як причина тих чи інших змін на ринку нерухомості, то сьогодні цей ринок йде своїм шляхом і падає більш значними темпами, ніж інші галузі. Головними факторами кризи стали: штучне збільшення

доступності іпотечних кредитів за рахунок зниження вимог до платоспроможності позичальників і якості кредитних продуктів; стійка тенденція до зниження цін на житло.

На сьогодні перед нами стоїть два стратегічних завдання: збереження існуючого ринку експорту будматеріалів з країнами СНД; підвищення якісних показників вітчизняних будівельних матеріалів до європейських стандартів з метою їх імпортозаміщення та збільшення обсягів експорту до країн ЄС. Для подальшого розвитку галузі з виробництва будматеріалів потрібні інвестиції та новітнє технологічне обладнання. Сектор будівельних матеріалів є інвестиційно привабливим як для вітчизняних, так і для закордонних інвесторів. Така інвестиційна привабливість зумовлюється покращенням макроекономічної ситуації в Україні, наявністю сировинної бази, розвитком сектору торгівлі будматеріалами та зростанням обсягів капітального будівництва. Найбільша кількість інвестицій походить з Німеччини, Італії, Франції, США та острівних країн. Проте кількість інвесторів та розміри інвестицій все ще є недостатніми, внаслідок недосконалості обладнання існуючих підприємств, недостатньої стабільності політичної ситуації, високих податків, відсутності системи страхування інвестицій, недосконалості державної політики щодо стимулювання та захисту інвестицій. Зазвичай інвестори віддають перевагу створенню нових підприємств для виробничих цілей, відкриттю своїх філій та дочірніх підприємств, аніж реконструкції та модифікації старих об'єктів. Це пов'язано, в першу чергу, з невідповідністю існуючих об'єктів сучасним стандартам виробництва. Проте іноземні інвестори вкладають кошти також і в існуючі підприємства, модернізуючи їх, вводячи нові лінії виробництва, інвестують у розвиток роздрібною мережі, створення торгових марок та їх просування. Найбільш цікавими для іноземних інвестицій сегментами стали: сегменти виробництва виробів з пластмаси, скла, каоліну, цементу, сухих будівельних сумішей, керамічної плитки, виробів з гіпсу.

Основними засобами конкурентної боротьби на внутрішньому ринку є встановлення найбільш привабливої ціни, ефективне функціонування мережі збуту товару і краща, ніж у конкурентів, якість продукції. Збільшення товарного попиту на ринку реалізації будівельних матеріалів та, відповідно, його поступове зростання зумовлене підвищенням нормативних вимог до будівельних матеріалів та відповідним переоснащенням виробництв, що посилює конкуренцію вітчизняних товарів в ході реалізації цільових програм з будівництва об'єктів житлового та виробничого призначення. Для запобігання впливу фінансової кризи на діяльність будівельного ринку необхідно створити відповідні способи і шляхи її подолання. Експерти Асоціації будівельників України розробили комплекс заходів з підтримки житлового сектору економіки і сфери нерухомості, розроблених Асоціацією будівельників України. У його основу повинні бути покладені: концентрація державних фінансів на стратегічних напрямках, які забезпечують максимальну ефективність в плані мінімізації наслідків світової фінансової кризи і стабільний розвиток будівельного комплексу; стимулювання активності населення в плані збільшення його платоспроможного попиту; прискорення вирішення задач, поставлених, але не вирішених в попередній період, дійсним чином, які впливають на стабілізацію ситуації і динаміку виходу будівельного комплексу з кризи; стимулювання розвитку інфраструктурних проектів, які забезпечують модернізацію економіки і збільшують потенціал внутрішнього російського ринку товарів, робіт і послуг.

Взагалі деякі експерти ринку будівельних матеріалів виокремлюють декілька основних заходів, які можуть сприяти подоланню кризової ситуації в будівельній галузі: замороження тарифів монополій; кредитна підтримка компаній галузі (в першу чергу тих, які займаються будівництвом масового житла); збільшення обсягів фінансування будівельних проектів за рахунок коштів федерального і регіональних бюджетів; податкові послаблення для підприємств галузі; спрощення доступу до необхідних ресурсів (земельні ділянки, енергія, кредити).

УДК 338.23.31

Оксана Бурліцька

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ МЕРЧАНДАЙЗИНГУ

Oksana Burlitska

THE THEORETICAL ASPECTS OF MERCHANDIZING

Термін «мерчандайзинг» походить від англійських слів merchandise (товари, торгівля, торгувати) і merchandising (вивчення проблем попиту; вивчення проблем створення, удосконалення й розподіл товарів у зв'язку зі змінами потреб; технологія торговельних процесів; сприяння поширенню товарів; товарознавство). У сучасній літературі існує кілька визначень терміну «мерчандайзинг», а саме: як технологія створення іміджу роздрібно-торговельного підприємства, як «метод управління товарними запасами й роздрібними продажами», як «маркетинг у стінах магазину», тощо.

Теоретичні аспекти мерчандайзингу розглянуті в ряді робіт як іноземних так і вітчизняних вчених. Зокрема, роль мерчандайзингу як інструменту маркетингових комунікацій висвітлена в працях Ф. Котлера, С. Естрелінга, Д. Енджела, Р. Колборна. Зокрема, Ф. Котлер називає мерчандайзинг маркетингом у роздрібній торгівлі. За визначенням Б. Бермана й Дж. Еванса, мерчандайзинг впливає на обліки діяльності по придбанню конкретних товарів й (або) послуг і пропозиції їх у тих місцях, у той час, за тією вартістю й у тій кількості, які дозволяє роздрібна конфігурація [4].

Спостерігається зосередження основної уваги на технології мерчандайзингу як одного із ефективних способів просування товару на етапі його комерціалізації – комплексу заходів, що здійснюються в роздрібно-торговельному середовищі (у місцях продажу товарів) і спрямовані на стимулювання бажання у споживачів вибрати та придбати пропоновані товари.

Частина іноземних вчених визначають мерчандайзинг як складову торгового маркетингу, а саме як інструмент стимулювання продажів у місцях продажів (оптимальне планування торгового залу, розміщення торговельного обладнання, розробка планогам - схем викладення продукції, POS-матеріалів і торговельного устаткування відповідно до єдиної креативної концепції просування, моніторинг представленої продукції, оформлення місць продажів, демонстрація товару, навчання продавців, робота консультантів).

Наявність різноманітних підходів до тлумачення поняття "мерчандайзинг" можна пояснити тим, що кожна із сторін торгового процесу – виробник, дистриб'ютор, роздрібний торгівець та кінцевий споживач – вкладає в це поняття своє розуміння.

Підсумовуючи, можна дати наступне визначення: «Мерчандайзинг – це новий напрямок торговельного маркетингу, набір маркетингових засобів та прийомів, спрямованих на забезпечення максимально інтенсивного просування товару на рівні роздрібно-торгівлі, стимулювання роздрібних продажів шляхом залучення уваги кінцевих споживачів до конкретних марок/груп товарів у місцях продажу без активної участі спеціального персоналу, стимулювання діяльності сфери торгівлі».

Французькі спеціалісти Алан Велхофф та Жан-Еміль Массон, автори книги «Мерчандайзинг: ефективні інструменти і управління товарними категоріями», визначають: "Мерчандайзинг як сукупність засобів і способів, які допомагають товару бути проданим в торговій точці". "Вчора мерчандайзинг був невідомий - сьогодні він абсолютно необхідний". Так вони характеризують актуальність цього елемента маркетингу, головного - особливо в сучасній торгівлі - двигуна продажів. Отже, уваги

заслугове все, що стосується викладки товару в торговельному просторі: насамперед його наявність, потім його подання, акцентування його переваг, наявність етикеток (при необхідності інформативних), а також його рентабельність, - все це в цілому й становить мерчандайзинг. Тобто, виокремлюють мерчандайзинг як метод організації торгово-технологічного процесу в магазині [1].

Дане визначення знайшло підтримку в російських спеціалістів у сфері роздрібною торгівлі Кіри і Рубена Канаян, на думку яких: «Мерчандайзинг – це маркетинг в роздрібній торговій точці, розробка і реалізація методів і технічних рішень, спрямованих на удосконалення пропозиції товарів, в тому місці, куди споживач традиційно приходить з метою здійснити покупку» [2].

Роль мерчандайзингу в організації й технології торговельного процесу досліджена також в роботах М. Леві, Г. Сенда, А. Дейян, Дж. Р. Россітера й Л. Персі, В. Л. Музиканта, Т. Н. Парамонові й інших. Однак розглянуті ними проблеми мерчандайзингу недостатні для системного сприйняття й вивчення цього явища, так як не враховують поведінковий аспект розуміння мерчандайзингу, що є необхідний на сучасному етапі розвитку маркетингу, коли роздрібна торгівля перетворюється в одну з найбільш значимих стратегічних сфер економіки країни.

Російські вчені визначають мерчандайзинг як діяльність, що призначена для інтенсифікації продажів товарів та їх марок на основі адекватної взаємодії факторів зовнішнього середовища, природної системи та пізнавальних ресурсів відвідувачів за рахунок науково-обґрунтованого в порівнянні з морально-етичними нормами регулювання поведінки й впливу на вибір покупців. Розвиток поведінкового підходу спричинений падінням ефективності використання тільки потенціалу економічних методів стимулювання споживачів і сприяння продажам, що й спонукало до орієнтації на потенціал, схований у самому споживачі [3].

Як бачимо більшість авторів, розглядаючи окремі аспекти маркетингової діяльності роздрібного торговельного підприємства, не запропонували системного опису такого складного явища як мерчандайзинг. Автори розглядають окремі елементи мерчандайзингу або його функції, не розкриваючи це поняття з погляду системи структурованих елементів маркетингу в рамках торговельного підприємства.

З огляду на вище сказане запропонуємо комплексне визначення поняття "мерчандайзинг", що розкриває його основні функції, маркетингове розуміння, що опирається на поведінкові складові й всю природну систему людини.

Відповідно до даного підходу, мерчандайзинг – це організація й управління торгово-технологічними процесами роздрібного торговельного підприємства за допомогою оптимального планування торговельного залу, розміщення устаткування й позиціонування товарів на основі психологічних особливостей покупців і використання факторів регулювання уваги й іншої складової природної системи людини.

Література:

1. Веллхофф, А. Мерчандайзинг: эффективные инструменты и управление товарными категориями [Текст] / А. Веллхофф, Ж.-Э. Массон. - М. : Издательский Дом Гребенникова, 2004. - 280 с. - (Управление продажами). - ISBN 5-93890-008-
2. Канаян, К. Мерчандайзинг [Текст] / К. Канаян. - Москва : РИП-холдинг, 2002. - 234 с. - ISBN 5-900045-29-3.
3. Рамазанов, И. А. Мерчендайзинг в торговом бизнесе [Текст] : учебное пособие / И.А. Рамазанов. - М. : Деловая литература, 2002. - 112 с. : рис., табл. - ISBN 5-93211-016-3.
4. Снегирева, В. Розничный магазин. Управление ассортиментом по товарным категориям [Текст] : учебное пособие / В. Снегирева. - СПб. : Питер, 2007. - 416 с. : ил. - ISBN 5-469-00398-1.

УДК 658.012.4

Богдан Андрушків, Вікторія Баландюк

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Bohdan Andruschkiv, Viktoria Balandjuk

THEORETICAL ASPECTS OF INNOVATION POTENTIAL ENTERPRISE'S FORMATION

В сучасних ринкових умовах інноваційна діяльність є одним з ключових чинників успішного розвитку як економіки в цілому, так і кожного підприємства зокрема, обумовлює особливу актуальність питань формування та забезпечення інноваційного потенціалу.

В умовах розвитку інтелектуальної економіки особливого значення набуває ефективне використання та управління матеріальними і трудовими та, особливо, інтелектуальними ресурсами (розумовим потенціалом персоналу та робітників) на підприємстві. Успішна кадрова політика підприємства сприятиме підвищенню рівня кваліфікації персоналу підприємства та розвитку творчого мислення.

Для здійснення управління інтелектуальним потенціалом потрібно правильно його оцінити.

Для оцінки інтелектуального потенціалу доцільно використовувати наступні показники:

- інтелектуальний потенціал персоналу підрозділу;
- інтелектуальне матеріальне забезпечення – основою є кількість персональних комп'ютерів, що доводяться на одного працюючого в підрозділі, якість сучасних засобів зв'язку, наявність сучасного програмного забезпечення і ін.
- інтелектуальний науково-технічний потенціал – ґрунтується на таких параметрах: число одержаних патентів і раціоналізаторських пропозицій, число нагород за нові розробки і участь у наукових конференціях, публікації в наукових журналах і ін.

Також важливе місце займає оцінка творчого та професійно-кваліфікаційного потенціалу працівників підприємства.

За ринкових умов до інноваційного потенціалу можуть бути віднесені всі ресурси, які забезпечують досягнення конкурентних переваг підприємства шляхом розробки й запровадження інновацій.

Інноваційний потенціал організації являє собою рівень готовності організації до реалізації проекту чи програми інноваційних стратегічних змін. Елементами інноваційного потенціалу підприємства є його матеріальні, маркетингові, трудові й фінансові ресурси.

Основним фактором при виборі стратегії інноваційної діяльності підприємства є його фінансове забезпечення. Оцінка здатності підприємства до інноваційного розвитку здійснюється шляхом порівняння його інноваційного потенціалу з оптимальним набором характеристик підприємства, сприйнятливістю до інновацій.

Отже, інноваційний потенціал підприємства – це можливість підприємства здійснювати інноваційну діяльність шляхом використання сукупності різних ресурсів.

УДК 658.330

Василь Дюк, Павло Дудкін

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ПЛАНУВАННЯ ТА КОНТРОЛЬ ІНОВАЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ ПІДПРИЄМСТВА

Vasyl' Diuk, Pavlo Dudkin

PLANNING AND CONTROL OF ENTERPRISE'S INNOVATIVE PROJECTS

Унікальність інновацій істотно обмежує можливість їх ефективної розробки з урахуванням постійно діючих організаційних структурних підрозділів. По суті інновація на відміну від інших бізнес-процесів має неповторюваний, а разовий характер. У цьому сенсі інноваційний процес не конвеєрна стрічка, а потік високо індивідуалізованих подій, сталість і спрямованість визначається насамперед організаційними і особистими складовими інноваційних ресурсів. У цьому складно структурованому процесі, використовується дуже багато продуктів і рівень послуг нестандартного характеру, підприємство фактично незалежно обраної інноваційної стратегії розвитку постає як організатор і координатор дослідної діяльності і впровадження, залучено дуже багато зовнішніх контрагентів з розвитку внутрішніх учасників. Це справедливо й щодо окремої інновації, кожна з яких з відзначених обставин майже неминуче реалізується у організаційній формі інноваційних проектів.

Нині управління проектами є динамічним розвивається галузь організаційно-економічної науки. Відрізняються економічні та неекономічні проекти, серед економічних проектів, що охоплюють фактично весь спектр форм розвитку підприємства, особливо вирізняються інноваційні проекти, у разі планування та її реалізації найбільш явно виявляються особливості проектної організації робіт.

Іноземний досвід використання програмно-цільового підходу в управлінні програмами і проектами різного рівня більш різноманітний. У рамках програмно-цільової організації управління постійно виникають нові методи, організаційно-економічні форми і їхні різновиди, що в найбільшій мірі відповідають успішному вирішенню тих чи інших завдань соціально-економічного і техніко-економічного розвитку. В управлінні інноваційним проектом планування (програмування, детальна програма) посідає основне місце, втілюючи організуючий початок усього процесу реалізації проекту.

Основна мета планування - інтеграція всіх учасників проекту на виконання комплексу робіт, що забезпечують досягнення кінцевих результатів проекту. План реалізації інноваційного проекту являє собою детальний, розгорнутий у часі, збалансований за ресурсами і виконавцями, взаємозв'язаний перелік науково-технічних, виробничих, організаційних та інших заходів, спрямованих на досягнення загальної мети чи вирішення поставленого завдання.

Іншими словами, план містить вказівки стосовно того, кому, яке завдання і у який час вирішувати. Як правило, план оформлюється у вигляді комплексної інноваційної програми.

При плануванні інноваційних проектів завжди слід розраховувати на момент невизначеності, на те що передбачити неможливо, і бути готовим до подолання всіх проблем, які можуть виникнути в процесі реалізації проекту підприємством. В реалізації проекту допомагає контроль над перебігом всього процесу, так і над внутрішніми так і зовнішніми чинниками які впливають на проект.

УДК 658.51

Олена Топорницька, Лілія Мельник

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ШЛЯХИ ПОКРАЩЕННЯ СИСТЕМИ ОПЕРАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Olena Topornytska, Liliya Melnyk

WAYS OF IMPROVEMENT OF OPERATIONAL MANAGEMENT AT THE ENTERPRISE

Успішність та швидкість вирішення завдання становлення ринкових відносин в Україні визначальною мірою залежать від ефективності управлінської діяльності, що зумовлює необхідність докорінного оновлення усіх підсистем менеджменту відповідно до вимог ринкової економіки. За сучасних умов господарювання все більшого значення набуває операційний менеджмент, який забезпечує результативність основної повсякденної діяльності підприємств, що, у свою чергу, створює реальне підґрунтя для успішної реалізації їх загальних господарських цілей та місії в цілому. Добре налагоджений операційний менеджмент можна розглядати як важливу передумову адаптації підприємства до ринкових умов господарювання та запоруку його життєздатності й успішності у конкурентному середовищі.

Операційна діяльність виступає центральною ланкою у процесі основної діяльності підприємства, оскільки саме від ефективності виробництва залежить ціна та якість готової продукції (товарів, робіт), а й відповідно перехід до наступного циклу в комплексі операцій зі створення і реалізації готової продукції кінцевим споживачам. Така діяльність представляє собою систему дій робітників з використанням засобів праці, що необхідні для перетворення ресурсів у готову продукцію, що включають у себе виробництво і переробку різних видів сировини, будівництво, надання послуг.

Загалом варто відзначити, що удосконалення системи операційного менеджменту підприємства доцільно розглядати з позиції двох рівнів:

- 1) системи управління підприємством загалом;
- 2) системи управління на виробництві безпосередньо.

З огляду на це пошук шляхів удосконалення та розвитку системи операційного менеджменту набуває комплексного характеру та взаємопов'язаності.

Система управління підприємством включає чотири головні групи елементів: механізм управління, структуру управління, процес управління та розвиток управління.

Загалом доцільно підсумувати, що удосконалення системи управління підприємства має відбуватися за такими основними напрямками:

- удосконалення організаційної структури управління підприємством;
- оптимізація організації менеджменту і бізнес-процесів через поліпшення системи планування, обліку і контролю за основними показниками діяльності підприємством;
- удосконалення управління виробничими ресурсами і запасами;
- підвищення ефективності управління інноваційними процесами на підприємстві, поліпшення якості вироблюваної продукції.

Удосконалення системи операційного менеджменту на рівні операційної діяльності передбачає визначення та обґрунтування заходів з оптимізації виробничого процесу, зміни виробничої структури, технології та методики виробництва.

Загалом можна виділити наступні напрями покращення системи виробничого менеджменту на підприємстві:

1. Зміна технології виробництва. Технологія та техніка виробництва відіграє визначну роль у попиті на продукцію. Зміна матеріалів, технології, техніки виробництва суттєво покращує якість продукції, збільшує попит на неї.

2. Покращення внутрішньо організаційних зв'язків та обміну інформації. Покращення обміну інформації та його пришвидшення сприяють значній економії витрат та зменшення браку та невідповідності продукції, якості поставок, їх вчасності, що позитивно впливає на попит на продукцію та прибутковість організації. Також важливим є сумлінне виконання вимог та наказів керівництва, оскільки навіть у малій виробничій структурі невиконання поставлених корпоративних цілей та мети може негативно вплинути на якісні та кількісні показники продукції, а відповідно на конкурентоспроможність та імідж підприємства.

3. Покращення кваліфікації персоналу. Сучасне виробництво ставить високі вимоги до оновлення конкретних знань і навичок не лише робітників, але й інших категорій персоналу. Головне завдання підвищення кваліфікації керівників і спеціалістів – забезпечити швидко реалізацію нових наукових, технічних, організаційних та економічних ідей в практику діяльності підприємства.

4. Контроль якості продукції. Якість як економічна категорія відбиває сукупність властивостей продукції, що зумовлюють ступінь її придатності задовольняти потреби людини відповідно до свого призначення. Тому саме якість може стати ключовою характеристикою, що виділятиме даний товар.

5. Науково-дослідна робота над розробками нових виробів, тобто комплекс досліджень, що проводиться з метою отримання обґрунтованих вихідних даних, принципів та шляхів створення нової або модернізації продукції, що випускається.

6. Впровадження енергозберігаючих технологій. Зростаючі ціни на енергоносії стимулюють економічно їх використовувати шляхом застосування енергозберігаючих технологій. Крім того за умови зменшення енергоємності виробництва підвищуватиметься рівень енергозбереження.

7. Системний аналіз конкурентоспроможності товару, зокрема фаз його життєвого циклу.

8. Впровадження високопродуктивних інструментів, пристосувань та інших засобів, що сприяють удосконаленню виробництва.

Реалізація зазначених напрямів розвитку повинна бути лягти в основу стратегії розвитку системи операційного менеджменту товариства.

За ринкових умов стратегія розвитку операційної системи базується на стратегічному управлінні діяльності підприємства в цілому. Основою всього є розробка філософії підприємства, під якою слід розуміти кредо його існування, верховні принципи діяльності. Філософія підприємства включає в себе опис прийнятих підприємством найвищих орієнтирів поведінки, умов руху до них, існуючих об'єктивних обмежень. Саме такий підхід слід використовувати при формуванні стратегії розвитку системи операційного менеджменту підприємства. Операційна стратегія визначає як керувати ключовими організаційними ланками операційної системи, а також як забезпечувати виконання стратегічно важливих оперативних завдань.

Варто зауважити, що саме технічний розвиток підприємства на інноваційних засадах, забезпечуючи необхідні організаційно-технічні й економічні умови для виходу підприємства на нові рубежі, є в ринкових умовах важливою формою операційного менеджменту. Стратегічний аспект технічного розвитку в цих умовах визначається, передусім, у його орієнтації на потреби споживача. Вирішенню внутрішніх завдань розвитку підприємства як виробника належить другорядна роль.

УДК 330.341.1

Богдан Андрушків, Богдан Коваль

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ОСОБЛИВОСТІ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Bohdan Andrushkiv, Bohdan Koval'

FEATURES OF INNOVATIONAL ACTIVITY OF NATIONAL ENTERPRISES

Ключем до підвищення конкурентоспроможності національної економіки є активізація інноваційної діяльності вітчизняних підприємств. За допомогою інновацій більшість європейських країн не тільки пододала спад в економіці, а й забезпечує її структурну перебудову і насичує ринок конкурентоспроможною продукцією. Створення, впровадження і значне поширення нових товарів, послуг, технологічних процесів стають вирішальними факторами зростання обсягів виробництва, зайнятості населення, залучення інвестицій, поліпшення якості продукції, економії ресурсів, удосконалення організації виробництва й підвищення його ефективності. Фундаментальні дослідження інновацій та інноваційних процесів у економіці здійснили вчені-класики: П. Друкер, М. Кондратьєв, М. Туган-Барановський, Й. Шумпетер. Проблеми інноваційного розвитку держави та інноваційної діяльності вітчизняних підприємств досліджують вітчизняні науковці: Б. Андрушків, Л. Антонюк, А. Гальчинський, С. Ілляшенко, М. Йохна, В. Кардаш, О. Кузьмін, О. Лапко, Л. Малюта, В. Стадник, П. Харів, і зарубіжні фахівці: І. Ансофф, Б. Санто, Р. Фатхутдінов та інші. У роботах цих учених нагромаджений чималий теоретичний і практичний досвід дослідження розвитку інноваційного підприємництва, розкриті окремі аспекти інноваційної діяльності сучасних суб'єктів господарювання, а також її вплив на економічну систему. Проведені дослідження даної проблематики дозволяють стверджувати, що інноваційна діяльність – це певні бізнес-процеси, які характеризуються такими основними особливостями:

1. Тривалість інноваційного процесу. Інновація – найбільш тривалий з усіх бізнес-процесів, таких як реальне інвестування, виробництво, реалізація тощо. Наявні дані дають змогу припускати, що терміни окупності інноваційних розробок доволі високого ступеня радикальності становлять не менше одного-двох бізнес-циклів (від чотирьох до семи років).

2. Високий ступінь невизначеності та ризику інноваційного процесу. Від інших бізнес-процесів інновація відрізняється також підвищеною невизначеністю, високими ризиками, низькою передбачуваністю результатів і, отже, проблематичною та імовірнісною віддачею.

3. Здатність ініціювати структурні зміни. Успішна інновація істотно впливає на становище підприємства, його організацію та ієрархію, структуру галузі і галузевого ринку, на економіку загалом. Причому характер змін тим більш невизначений, а отже, менш передбачуваний, чим більш радикальною є сама інновація.

4. Підвищена інтелектуальна насиченість інноваційної діяльності. Основним і вирішальним інноваційним ресурсом є людський капітал, творча здатність генерувати та впроваджувати нові ідеї. Інстинкт цікавості надає діяльності новаторів внутрішньої стійкості та цілеспрямованості. Відповідно це визначає роль науки в підвищенні ефективності розробки і впровадження нової техніки на підприємствах. При цьому інноваційна діяльність потребує інвестицій.

УДК 339.138

Єсенія Антонів, Людмила Малюта

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ВИКОРИСТАННЯ НОВІТНІХ ТЕХНОЛОГІЙ ДЛЯ ДОСЯГНЕННЯ УСПІХУ

Yeseniya Antoniv, Lyudmyla Maliuta

APPLIANCE OF NEW TECHNOLOGIES FOR ACHIEVEMENT OF SUCCESS

Сучасний світ змінився і ці зміни торкнулися усіх сфер людського життя. В усі часи людина шукає стабільності і намагається знайти її в колі своєї сім'ї, роботи, суспільства і держави. Будь-яка стабільність передбачає фінансове благополуччя. Вже сьогодні доводиться спостерігати постійне руйнування традиційної економіки праці, в якій працівник продає компанії свій час і досвід в обмін на гроші та гарантії. У нових економічних умовах постійна зайнятість перетворюється на міф. І це характерно для всіх країн без винятку. Злиття, об'єднання, поглинання компаній, впровадження нових технологій, автоматизація процесів – це відбувається постійно.

В результаті досліджень нам вдалося виявити одну модель бізнесу, яка відрізняється від усіх інших. Вона створює пасивний дохід і при цьому вимагає відносно невеликих початкових капіталовкладень. Цим бізнесом можна управляти у вільний від роботи час і доходу, що генерується ним достатньо, щоб з часом піти з роботи і повністю присвятити себе цьому ж бізнесу. Ця модель бізнесу називається мережевим маркетингом. Основна ідея, що лежить в його основі, настільки ж проста, наскільки і відмінна: замість того, щоб витратити величезні кошти на всілякі професійні агентства і маркетингові служби, які просувають вашу продукцію на ринок, краще заплатити людям, які самі є споживачами та шанувальниками цієї продукції і розповідають про це всім оточуючим. Саме так роблять компанії мережевого маркетингу. Вони виплачують частину виручки від продажу незалежним представникам, які в більшості самі і є споживачами даних продуктів і переконано з ентузіазмом поширюють про них інформацію.

Сьогодні мережевий маркетинг визнаний багатьма провідними експертами та бізнесменами як одна з найбільш прогресивних моделей бізнесу в світі. На думку відомих фахівців, Роберта Кіосакі, Дональда Трампа та Уорена Баффета, мережевий маркетинг – це «народний франчайзинг» – він зростатиме й розвиватиметься й надалі.

В мережевому маркетингу діє принцип «заробляй, навчаючись». Тут вчать не на теоретичних викладках, а на практиці. Незалежно від того, чи зможете ви освоїти цю науку досконало і заробити великі гроші, отримані знання будуть безцінні для всього вашого подальшого життя. Тому, мережевий маркетинг – це школа реального бізнесу для людей, які хочуть придбати знання та вміння підприємця, а не найманого працівника. Суть мережевого маркетингу не в торгівлі, а в навчанні, формуванні команди та оволодінні лідерськими навичками. Головне завдання полягає не в тому, щоб продати якомога більше товарів самому і навіть не в тому, щоб навчити цьому якомога більше людей. Ви повинні керувати, тренувати і допомагати людям рости і розвиватися.

Таким чином, мережевий маркетинг за своєю природою і структурою є на подив демократичною і соціально відповідальною системою створення багатства. Світ вже не такий надійний і стабільний, як раніше, і поява в ньому мережевого маркетингу стала новим двигуном людської заповзятості. Мережевий маркетинг дає мільйонам людей у всьому світі можливість самим розпоряджатися своїм життям і фінансовим майбутнім. Саме тому цей напрям бізнесу є перспективним та продовжує розвиватися.

УДК 330.341.2

Ольга Мосій, Світлана Шмигун

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ПРОБЛЕМНІ ПИТАННЯ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА РИНКУ ЗЕРНОВИХ КУЛЬТУР УКРАЇНИ У КРИЗОВИХ УМОВАХ

Olga Mosij, Svitlana Shmyhun

PROBLEMS OF SALES ON GRAIN MARKET OF UKRAINE IN TIMES OF CRISIS

Останнім часом у світі дуже гостро постає проблема голоду та продовольчої безпеки країн. Високі темпи зростання кількості населення у комплексі з природними катаклізмами змушують замислитись над економічними питаннями забезпечення людства продуктами харчування першої необхідності. Сьогодні виникає гостра потреба у зернових культурах, а також у наявній компетенції та досвіді вітчизняної економіки у таких питаннях. З точки зору маркетингової стратегії країни, національна економіка повинна скористатися попитом на продукцію даного профілю та задовольнити його. Це може стати шляхом піднесення економіки України та збільшення грошових надходжень, підняття рівня життя населення внаслідок майбутніх кон'юнктурних змін.

Світовий ринок зерна – це система правових відносин, які виникають між суб'єктами різних країн світу в процесі виробництва зерна, його зберіганні, торгівлі та використанні на засадах вільної конкуренції, вільного вибору напрямків реалізації та визначення цін, а також міждержавного контролю за якістю, зберіганням та раціональним використанням зерна. Аграрний сектор завжди займав значну частку українського ВВП, а виробничі можливості перевищували внутрішню потребу в зернових, тому історично склалися умови для міжнародної торгівлі надлишковим зерном. Упродовж тривалого часу Україна експортувала переважно зерно нижчого гатунку та кормове, проте зараз існує тенденція до експорту дорожчих та якісніших сортів зернових культур. Оскільки Україна входить до світових лідерів з виробництва та експорту зернових культур, існує потреба розроблення маркетингової стратегії держави в умовах прогнозованої світової продовольчої кризи.

Світовий ринок зазнав спаду у 2012 р. внаслідок несприятливих погодних умов в основних країнах-виробниках зернових, а саме: Аргентині, Австралії, Канаді, ЄС, Казахстані, Росії, США. Негативно позначились на врожаї зернових посушливі умови країн Чорноморського басейну, у тому числі України. У 2015 р. погодні умови прогноуються на сприятливому рівні. Проте постійне зростання кількості населення спричинить високий попит на зернові, оскільки вони є однією з найбільш широковживаних груп продуктів харчування. Питання світових обсягів виробництва та цін на основні товарні групи зернової номенклатури входять до компетенції Міжнародної ради по зерну. Ця організація займається контролем обсягів світового експорту та імпорту, а також прогнозуванням майбутньої ситуації на ринку зернових у світі. Рада по зерну проводить аналіз погодних умов, норми споживання зернових, прогнозування урожайності та здійснює інші, не менш важливі, функції. На найближчі п'ять років Міжнародною радою по зерну прогнозується перевищення попиту над пропозицією зернових культур у світі.

Україна як активний гравець ринку повинна скористатися надлишковим попитом і зростанням цін у майбутньому та задовольнити його. Якщо розглядати світові ціни на зернові вже сьогодні, видно значне зростання цін залежно від сорту

зерна. На зовнішньому зерновому ринку складаються дуже привабливі умови торгівлі для України. Активними імпортерами залишаються також Єгипет та Саудівська Аравія. Ці обсяги свідчать про належність України до провідних світових експортерів зернових. За зерновими культурами частка світового ринку кукурудзи, що займає Україна, складає 12,9 %, що забезпечує їй 4 місце у світі. За обсягами експорту пшениці Україна посідає 8 місце (частка ринку 4,5%), ячменю – 4 місце (18,5%). Таким чином, наша країна має суттєвий вплив на учасників ринку і визначає продовольчу безпеку багатьох країн світу. Позитивним фактором є державна політика, спрямована на сприяння експорту та посилення позицій України на світовому ринку. Зростання попиту відбудеться лише за впровадження активної політики покращення урожайності зернових. Для того, щоб наростити обсяги виробництва, необхідні значні інвестиції в оновлення основних фондів землекоробної техніки, створення посухостійких сортів зернових та закупівлю високоякісних добрив.

Основною проблемою збуту зерна на сьогодні є наявність численних посередницьких компаній, які перехоплюють основну частину прибутку від експорту. На сьогодні найбільш значними експортерами зернових з України залишаються представництва міжнародних трейдерів (ПП “Серна”, ТОВ “Луї Дрейфуз Комодітіз Україна ЛТД”, ДП “Сантрейд”, ТОВ “Кернел-Трейд”, ТОВ “Альфред С. Топфер Україна” тощо), а серед компаній з вітчизняним капіталом найбільшими є “Агроекспорт” і “Адора”. Із 600 компаній, які експортують зернові, на частку найбільших припадає близько 60-70% відвантаженого зерна. Загальна кількість експортерів практично не змінюється з роками. Більшість із них знаходяться в Київській, Одеській, Миколаївській та Херсонській областях. Одним з головних негативних аспектів участі посередника на певному етапі каналу руху товарів є те, що до вартості товару додається й маржа посередника. Це може відбитися на виробникові, який недоотримає певну частину прибутку при продажу, тому що посередник буде всіляко намагатися знизити початкову ціну товару для одержання максимально можливого прибутку. Торгова надбавка зерноекспортерів, яка містить вартість пошуку інформації, моніторингу контрактів, податкові та політичні ризики тощо в Україні, є не нижчою 10 %, тоді як в Німеччині не перевищує 5%. З іншого боку, експортні ціни, які декларуються українськими зернотрейдерами, в середньому на 10-30 % менші світових.

Для того, щоб деякою мірою покращити умови для виробників зернових, необхідно регулювати закупівельні ціни на зерно всередині країни більш жорсткими методами. Для збільшення грошових надходжень від виробництва зерна пропонується стратегія вертикальної інтеграції вперед – підвищення експорту не лише зернових культур, а й продуктів їх перероблення. Необхідно вийти за рамки іміджу сировинного експортера та підвищити обсяг експорту борошна, борошняних виробів, круп, зернових напівфабрикатів. Це підвищить завантаження виробничих потужностей наявних підприємств і забезпечить експорт нової доданої вартості. За останніми дослідженнями світовий ринок борошна зростає. Попит на борошно представлений не лише країнами, які не мають змоги вирощувати пшеницю, а й лідерами зернового ринку, що не можуть самостійно забезпечити себе борошном. Потенційними споживачами великих обсягів українського борошна можуть стати Ірак, Афганістан та інші країни найближчого географічного розташування. Найгострішу конкуренцію у торгівлі борошном для України можуть скласти насамперед країни Чорноморського басейну – Росія та Туреччина, а також країни, що знаходяться на одному географічному просторі з Україною – Франція, Німеччина, Бельгія та інші.

УДК 658.51:621

Остап Бойко

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ЛЮДСЬКИЙ ПОТЕНЦІАЛ І ПРОБЛЕМИ ПОШИРЕННЯ ІННОВАЦІЙ В УКРАЇНІ

Ostap Boiko

HUMAN CAPITAL AND PROBLEMS OF INNOVATION AMPLIFICATION IN UKRAINE

Важливою передумовою підвищення рівня конкурентоспроможності національної економіки та національної безпеки держави є формування інноваційної моделі розвитку. Останнім часом спостерігається усвідомлення зростаючої важливості інноваційної складової економіки. Інноваційні процеси на підприємстві, а саме, їх формування та розвиток знаходяться у центрі економічної науки, що підтверджується працями вчених Андрушків Б.М., Кирич Н.Б., Малюта Л.Я., Мельник Л.М., Вовк І.П., Семиноженка В.М., Лапко О.О.

Інноваційна діяльність — особливий вид підприємницької діяльності, достатньо ризиковий, оскільки вірогідність швидкої трансформації ідеї або винаходу у комерціалізований продукт не завжди висока. Зате і віддача від таких проектів може бути великою. Тому інноваційна діяльність потребує особливих механізмів стимулювання та державної підтримки.

Реалії такі: ставки по кредитах комерційних банків надзвичайно високі, фінансові інституції (страхові компанії, пенсійні та інвестиційні фонди) не ризикують вкладати в інновації, українські венчурні фонди практично відсутні. І тут держава має впливати на фінансовий сектор, щоб активізувати діяльність інноваторів, підприємств, а також банків, інших фінансових установ та організацій.

За сучасних умов, коли розвиток науки і техніки досяг виключно великих масштабів, жодна з держав, навіть США, Японія, Німеччина чи Росія з їхнім значним науковим і ресурсним потенціалом, не в змозі на однаковому рівні забезпечити поступ усіх напрямів науково-технічного розвитку. Для цього необхідно: наявність широких зв'язків із зовнішнім світом, науково-технічна спеціалізація, участь у світовому розділі праці, ефективне використання зарубіжного науково-технічного досвіду.

За даними опитування, яке проводилося Державною службою статистики України у 2014 році, інноваційну діяльність вітчизняних підприємств стримують: відсутність фінансування (56,6% респондентів), великі витрати (55,9%), відсутність коштів у замовника (31,7%), високі кредитні ставки (39%), недосконалість законодавства (37,7%), труднощі з сировиною і матеріалами (29%), високий економічний ризик (38,9%), відсутність попиту на продукцію (16%); відсутність кваліфікованого персоналу (17,2%), несприйнятливості підприємств до нововведень (14,5%). Для порівняння слід зауважити, що в промислово розвинених країнах, зокрема Німеччині, Великобританії, Італії та Іспанії найсуттєвішими проблемами розвитку інноваційної діяльності є недостатність фінансування (71,5%), компетенції (51%), інформації (38,8%), технологічної бази (40,5%), проблеми з правом власності (39,6%) [156, с. 189-190].

Серед сприятливих чинників для впровадження інновацій виділяють такі: здатність керівників підприємств і персоналу визначати та оцінювати економічні, соціальні, технологічні зміни у зовнішньому середовищі, бажання керівників працювати а довгострокову перспективу та наявність у них чітких стратегічних цілей, розвинена система збуту та маркетингу, що може оцінити ринкові тенденції; безперервний пошук нових ринкових пропозицій; вміння аналізувати та реалізовувати

нові ідеї. Серед зовнішніх чинників впливу слід визнати старіння наявних товарів (скорочення життєвого циклу), виникнення нових потреб у покупців, зміна смаків і пріоритетів у споживачів, підвищення рівня конкуренції.

Інновації це не означає для певного підприємства чогось абсолютно нового. Це може бути інновація, запозичена в іншого підприємства шляхом купівлі ліцензії, переймання досвіду і т.д. Що стало традицією в управлінні одного підприємства може стати інновацією для іншого такого ж чи подібного підприємства. Але, мабуть, ніколи не буде зайвим забезпечити контроль за виробництвом і управлінськими функціями колективу за допомогою комп'ютерного забезпечення. Інновації в технології також є дуже важливими, але без інших складових підприємство буде приречене. Звичайно, не можна перебільшувати важливості одних інновацій перед іншими, бо можна вкласти в технологічні інновації, але не знайти ринків збуту. Товар залежуватиметься, і відповідно підприємство зазнаватиме значних фінансових втрат.

На сьогодні головні інновації на виробництві слід здійснювати в управлінні, а потім у технології. Власники чи держава повинні ставити конкретні завдання перед управлінським апаратом і відповідно слідкувати

Перехід економіки України на інноваційний спосіб господарювання вимагає стимулювання інноваційних процесів, прискорення просування нововведень в усіх її секторах. І українська наука, і венчурний бізнес потребують розвинутої інфраструктури для розробки та комерціалізації наукових ідей прикладного значення. Створення відповідної інфраструктури потребує таких дій:

- покращення інвестиційного клімату;
- сприяння експорту високотехнологічної продукції;
- зменшення податкового тиску для інноваційних компаній, особливо на початковій стадії розвитку;
- створення зон інноваційного підприємництва, розвиток міжнародних науково-технічних зв'язків через спільну генерацію, обмін і використання нових знань і технологій.

Зараз чи не найсприятливіший час для інновацій. Позитивним моментом є те, що для роботи у Мінекономіки запрошують молодих спеціалістів з хорошою вітчизняною та західною освітою. Молоді фахівці повинні замінити старих управлінців, які не бачать довгострокової перспективи розвитку підприємств, окрім короткочасної вигоди. На кожному підприємстві має бути створена сильна команда із запровадженими мотиваціями в ній.

На даний момент для держави головне закласти нову інновацію в саму структуру держави, в усі сфери життя, закласти логіку процесу, розробити нові правила гри. Мають бути правильні важелі впливу на економічний стан в країні. Відміна тіньових схем, змога працювати за прозорими схемами заведе в Україну інвесторів. У квітні 2014 року Кабмін розпочав переговорні процеси із Світовим банком щодо другого пакету інфраструктурних проектів щодо енергоефективності у 10 містах України (% запозичень становитиме 0,7%).

Інноваційна політика держави має бути спрямована на підвищення ефективності підприємств, діяльність яких орієнтована, у першу чергу, на випуск високотехнологічної продукції. Заходи щодо підтримки, стимулювання інновацій, формування (зміни) відповідної нормативно-правової бази, створення адекватної системи управління на принципах інноваційного менеджменту повинні включати підтримку малого і середнього бізнесу.

Для впровадження інноваційного варіанту розвитку економіки починати потрібно із визначення економічних пріоритетів держави в інноваційній діяльності, розробки механізмів партнерства з бізнесом в інноваційній сфері.

УДК 69.313

Андрій Оксентюк, Володимир Владика

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

РЕГУЛЮВАННЯ БУДІВЕЛЬНОЇ ГАЛУЗІ В УКРАЇНІ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ ЇЇ РОЗВИТКУ

Andriy Oksentyuk, Volodimir Vladika

REGULATION OF CONSTRUCTION INDUSTRY IN UKRAINE ON THE PRESENT STAGE OF ITS DEVELOPMENT

Будівельна галузь є однією з найважливіших галузей народного господарства, від якої залежить ефективність функціонування всієї системи господарювання в країні. Важливість цієї галузі для економіки будь-якої країни можна пояснити наступним чином: капітальне будівництво, напевне, як ніяка інша галузь економіки, створює велику кількість робочих місць і споживає продукцію багатьох галузей народного господарства. Економічний ефект від розвитку цієї галузі полягає у мультиплікаційному ефекті коштів, вкладених у будівництво. Галузь будівництва представлена двома основними напрямками – промисловим та цивільним. Результатом промислового будівництва є створення такої частини матеріально-технічного забезпечення, основних засобів підприємства, як будівлі та споруди, у яких здійснюються процеси виробництва продукції, а також розміщуються допоміжні та обслуговуючі підрозділи. Метою цивільного будівництва є створення гідних умов праці, відпочинку та життя для працівників підприємств і їх родин. Розвиток вказаних напрямків будівництва може здійснюватися зусиллями самих підприємств, їх працівників, проте одночасно вимагає також втручання державних та місцевих органів влади і, насамперед, через систему законодавчо-нормативного регулювання.

Сучасна система економіко-правового регулювання будівельної галузі – це сукупність нормативно-правових законодавчих актів та стандартів загального та галузевого характеру, які мають на меті сприяти розвитку промислового та цивільного будівництва, що дозволить створити умови для забезпечення конкурентоспроможного виробництва та задоволення культурних, побутових, соціальних умов працівників. Така система містить наступні підсистеми – з загального регулювання, що об'єднує нормативно-правові акти, у котрих даються визначення основних понять, та які використовуються в будівництві. До таких документів належать: Конституція України, у якій Стаття 47 визначає право на житло та зазначає, що держава створює умови, за яких кожний громадянин матиме змогу побудувати житло, придбати його у власність або взяти в оренду; Житловий кодекс України, у статті 4 якого дається трактування житлового будинку та житлового фонду, а в статті 6 наводиться критерій віднесення тої чи іншої споруди чи приміщення до житла – це призначення житлових приміщень та житлових будинків; Цивільний кодекс України – вводить юридичне тлумачення житла. У статті 379 цього кодексу зазначається, що житлом фізичної особи є житловий будинок, призначений для постійного проживання. Стаття 380 трактує житловий будинок як об'єкт права власності; Господарський кодекс України – регулює умови та особливості господарських відносин у різних галузях народного господарства та подає класифікацію видів господарської діяльності – статті 258-261. Глава 33 ГКУ присвячена регулюванню питань капітального будівництва – розглядаються питання підрядних відносин у будівництві, особливості та умови договору підряду, права замовника тощо; Земельний кодекс України – регламентує питання виділення земель

під будівництво житлових і нежитлових будівель, споруд промислового та іншого призначення; Кодекс України про адміністративні правопорушення – визначається розмір штрафів, які накладаються на суб'єкти будівельної діяльності при недотриманні ними державних стандартів, норм і правил під час проектування та будівництва, самовільному будівництві тощо; Кодекс законів про працю України – у статті 154 кодексу визначається необхідність додержання вимог щодо охорони праці при проектуванні, будівництві (виготовленні) та реконструкції підприємств, об'єктів і засобів виробництва. Уся діяльність з будівництва здійснюється з дотриманням положень, зазначених у вищеперерахованих законодавчих актах.

Друга виділена підсистема – галузеві законодавчі акти – містить нормативно-правові документи, у яких зазначаються пріоритетні напрями та особливості здійснення будівельної діяльності. До них належать законодавчі документи, що визначають технологічні та технічні особливості зведення будівель та споруд – будівельні норми та стандарти; документи різних галузей народного господарства – постанови, закони та інші нормативно-правові акти, що спрямовані на розвиток та стимулювання будівництва. У будівництві до галузевих нормативних документів, які використовуються в сучасних умовах при зведенні виробничих, культурно-побутових, житлових будівель та споруд, відносяться державні будівельні норми – тобто нормативні акти, затверджені центральним органом виконавчої влади з питань будівництва та архітектури, до яких відносять ДНБ, ДСТУ, ВНТП та інші.

За часів незалежності України в державі приймалися законодавчо-нормативні акти, спрямовані на розвиток галузі будівництва, що сприяли: будівництву житла для міських і сільських мешканців; розвитку соціально-культурної інфраструктури села та міста; будівництву інженерно-технічних споруд, у тому числі газифікації, електрифікації, водопостачання; розвитку будівництва через укріплення його матеріально-технічного забезпечення шляхом будівництва виробничих, обслуговуючих, допоміжних споруд. Довгострокове пільгове кредитування достатньою мірою не пов'язані і не впливають на розвиток основних галузей народного господарства. У працівників, що отримують такі кредити, немає чіткої мотивації до підвищення продуктивності їх праці.

Економіко-правове регулювання будівництва за часів незалежності України характеризується наступними особливостями: розвиток будівництва є частиною загальної стратегії забезпечення розвитку галузей економіки; на початку 90-х рр. розвиток будівництва проходив у наступних напрямках: підтримання та сприяння нарощенню обсягів житлового будівництва, сприяння соціально-культурному та інженерно-технічному будівництву та будівництву у виробничій сфері; найбільша увага зверталась на встановлення соціальних стандартів, що передбачало підтримання житлового будівництва та формування соціальної інфраструктури у містах та селах. Для цього використовувалися методи довгострокового пільгового кредитування житлового будівництва та компенсаційних витрат на будівництво об'єктів культурно-побутового призначення. Розвиток інформаційних технологій викликав необхідність формування та розповсюдження телекомунікаційних мереж та мережі Інтернет; найменша увага з боку держави, у тому числі – через фінансові механізми, припадала на розвиток будівництва об'єктів виробничо-промислового призначення. Такий напрямок будівництва розглядається лише у контексті програм щодо укрупнення підприємств та збільшення обсягів виробництва різноманітної продукції, що неможливо без створення будівель та споруд, у яких будуть проходити виробничі процеси, а також процеси зі зберігання продукції. Регулювання будівництва об'єктів допоміжного та обслуговуючого характеру законодавством не передбачаються, а, отже, проходить за ініціативою та за кошти самих підприємств та їх об'єднань.

УДК 658.589

Наталія Юрик, Анатолій Грабовський

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ЕФЕКТИВНІ НАПРЯМИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ЛЕГКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ

Natalia Yurik, Anatolij Grabowski

EFFECTIVE DIRECTIONS OF INNOVATION DEVELOPMENT FOR LIGHT INDUSTRY ENTERPRISES OF UKRAINE

Важливим для підприємств легкої промисловості України є забезпечення сталого довгострокового економічного зростання на основі впровадження інноваційних процесів. Функціонування вітчизняних підприємств легкої промисловості пов'язано зі складністю, невизначеністю та динамічністю зовнішнього середовища. З появою нових конкурентів на товарних ринках підприємству необхідно здійснювати пошук ефективних напрямків інноваційного розвитку з урахуванням впливу внутрішніх і зовнішніх чинників, використовувати нові методи управління задля створення інноваційних конкурентних переваг. Виконати це завдання можливо, використовуючи систему стратегічного управління, орієнтованого на ринок. Від вміння керівництва організувати процеси всередині підприємства та ззовні так, щоб можливо було спрогнозувати попит і забезпечити його конкурентоспроможною продукцією, залежить досягнення стратегічної мети підприємства та його ефективний розвиток. Значний вплив на це справляє залучення у практику господарської діяльності інновацій через формування та реалізацію інноваційних стратегій. Інноваційна стратегія відноситься до внутрішньої функціональної стратегії, яка має на меті комерційний результат та супроводжує інноваційну діяльність підприємства. Проаналізувавши поняття “інноваційна стратегія”, можна сказати, що стратегія інноваційного розвитку – це проект дій, які необхідно здійснити для реалізації корпоративних стратегій підприємства, які націлені на оновлення певних компонентів виробництва, реалізації та споживання продукції.

Мета інноваційної стратегії “грати, щоб виграти” – інвестувати кошти у таку інновацію, яка надала б підприємству конкурентні переваги над конкурентами. Тут передбачається використання радикальних або напіврадикальних інновацій, рівень ризику під час використання даної стратегії є дуже високим. Під інноваційною стратегією “грати, щоб не програти” мається на увазі впровадженню інновацій, близьких до існуючих, при цьому ступінь ризику значно нижчий. Для підприємств легкої промисловості варто виділити такі інноваційні стратегії: інноваційну стратегію наступу (власні інновації підприємства, не схожі на конкурентів) та інноваційну стратегію наслідування або копіювання (запозичення інновації у іншого підприємства чи держави).

У стратегічному управлінні виділяються стадії формування та реалізації стратегії. При формуванні стратегії підприємства необхідно враховувати вплив зовнішнього та внутрішнього середовища на функціонування підприємства. Початковим етапом формування стратегії є формулювання місії або мети стратегії. Далі необхідно оцінити рівень нестабільності середовища, здійснити вибір методології управління, розглянути відомих та потенційних конкурентів на ринку. Наступним

етапом є виявлення сильних та слабких сторін підприємства, де необхідно зазначити спроможність розробки інновацій власними силами підприємства чи запозичення вже існуючих інновацій (на основі укладання договорів). Далі варто оцінити відповідність організаційної структури підприємства обраній стратегії, розглянути тенденції розвитку галузі, розробити альтернативні інноваційні стратегії. Заключним етапом є вибір стратегії інноваційного розвитку підприємства, для цього необхідно надати оцінку ресурсам підприємства та порівняти витрати з можливим ефектом.

Реалізовувати стратегію наступу (створення інноваційного продукту силами підприємства) можуть великі та середні підприємства з високим інтелектуальним потенціалом та хорошим фінансовим станом. На сьогодні великі та середні підприємства легкої промисловості перейшли до стратегії толінгових схем роботи, або здачі в оренду приміщень іншим підприємствам, що надало їм можливість зберегти свій кадровий потенціал, свою спеціалізацію, виробничі приміщення та мати невеликий, але стабільний дохід. Толінгові схеми передбачають виробництво продукції європейською якості, а вимоги європейських стандартів до швейної продукції в порівнянні з вітчизняними набагато жорсткіші, тому перевагою для підприємства-орендавця за такої схеми є підвищення кваліфікації персоналу та їх робота на сучасному обладнанні. Недоліком є зниження за останні роки з боку фірми-замовника обсягів замовлень на виробництво продукції за толінговими схемами в Україні. Тому, для українських підприємств дуже важливим є експорт своєї продукції на міжнародні ринки.

Вагома частка від загальної кількості підприємств легкої промисловості складають малі підприємства. Вони застосовують стратегію “ринкової ніші”. Причому, більша частина цих малих підприємств через обмежені фінансові ресурси працює по застарілих технологіях та на застарілому обладнанні (питома вага фізичного зношування основних фондів галузі перевищує 50%), на якому неможливо виготовляти сучасну та якісну продукцію. Тому, говорити про те, що вони є конкурентами по якості продукції для великих підприємств важко. Та варто відмітити, що перевага даних підприємств полягає у гнучкості реагування на вподобання смаків споживачів та тенденції моди, а також на зміну асортименту за рахунок того, що вони виробляють продукцію малими партіями. Тому, для перспективного розвитку малим підприємствам варто запропонувати інноваційну стратегію наслідування або копіювання. Для підвищення ефективності реалізації інноваційної стратегії на підприємствах легкої промисловості слід запропонувати наступні заходи: обрати найбільш доцільний вид інноваційної стратегії; довести до відома всього персоналу підприємства про обрану стратегію; порівняти наявні ресурси підприємства з розробленою стратегією; здійснювати постійний контроль та регулювання за реалізацією інноваційної стратегії на підприємстві.

При розробленні інноваційної стратегії треба чітко визначити наступні питання: види інновацій, які підприємство збирається розробити або придбати; фінансові ресурси та можливі джерела фінансових ресурсів для розроблення або придбання інновацій; алгоритм набуття майнових прав на розроблену власну силами або надбану інновацію; адаптація персоналу підприємства до інновації (необхідний кваліфікаційний рівень персоналу при розробці інновації або необхідність перекваліфікації та додаткового навчання персоналу при надбанні інновації).

УДК 338.001.36

Ірина Маркович

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ІНСТИТУЦІОНАЛЬНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОГРЕСИВНОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ

Iryna Markovych

INSTITUTIONAL SUPPORT FOR PROGRESSIVE DEVELOPMENT OF ECONOMIC SYSTEMS

Межа між глобальним та національним рівнями в більшості сфер соціально-економічної активності практично зникла, що посилюється наступними тенденціями світового розвитку:

- зростаюча транспарентність економічних кордонів національних економік;
- прагнення до консистентності інституціонального поля країн із єдиними пріоритетами розвитку або щільними торгівельними зв'язками;
- поширення міждержавних фрагментованих виробничо-збутових ланцюгів і т.д.

Тобто, сучасний світовий порядок слід розглядати як такий, що детермінує умови інституціональної диспозиції держав, яка передбачає існування норм, в яких визначаються правила взаємодії суб'єктів. Це стосується як загальноекономічного розвитку, так і, зокрема, сфери енергозбереження.

Безумовно, рівень строгості визначення глобальних диспозицій є різним – деякі країни сприймають лише юридично закріплені щодо них правила та норми, інші ж повністю переймають формалізовані та неформалізовані обмеження. Це є ключовою характеристикою сучасної стратифікації держав за рівнем участі в світовій інституціональній гомогенізації.

В процесі аналізу якості інститутів та вивчення особливостей їх функціонування обов'язково необхідно враховувати транзакційні витрати інституціоналізації, до яких відносяться як витрати на формування цих інституційних утворень, так і витрати на забезпечення їх функціонування. Така матеріальна основа інституціоналізації значною мірою визначає ефективність того чи іншого інституту.

Сучасні інституційні системи характеризуються емерджентними властивостями, що серйозно ускладнює використання методу аналізу і синтезу, який фокусує ділення системи на елементарні частини, аналіз кожної з складових, а потім синтезує поведінку системи в цілому.

Звичайно, інституціональне середовище є надзвичайно мінливим, проте, воно повинно бути вибудоване таким чином, щоб зберігалися базові принципи постулати. Зміни інститутів, як і будь яких інших економічних систем, є відображенням їх нестійкості, а не якісної динаміку. Тому слід зважати на те, що зміни не завжди є синонімом покращення. Це лише перехід у нерівноважний стан, який потенційно може стати основою для якісних покращень.

Держави як інституції продовжують володіти певними суттєвими національними особливостями, проте, можна говорити про виразне різного роду «тяжіння» країн з нижчим рівнем економічного розвитку до держав, що займають більш вигідне становище в світовому масштабі.

Це проявляється у інтеграційних процесах, поєднанні проявів локалізації та регіоналізації, імплементації у національному полі екзогенних принципів організації існування економічних систем різного рівня і т.д., що потребує особливої уваги науковців.

УДК 35:330

Роман Шерстюк

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ЯК УМОВА ВХОДЖЕННЯ УКРАЇНИ ДО ЄС ТА ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Roman Sherstiuk

INNOVATIVE ACTIVITY AS A CONDITION OF ACCESSION OF UKRAINE TO EU AND INCREASING THE COMPETITIVENESS OF ENTERPRISES

В умовах активізації підготовки промислового виробництва до вимог Європейських стандартів важливими залишаються наукові засоби серед яких семіотика інноваційних процесів яка, в сучасних умовах, досліджує закономірності побудови і використання форм обміну інформацією у системі економічного управління його у т.ч. і в сфері інноваційного розвитку промислових підприємств.

На даний час інноватиці загалом присвячено немало наукових праць. По при те, необхідно відмітити, дуже мало вітчизняних та закордонних науковців-економістів приділяють увагу проблемі впровадження інновацій на підприємствах в адаптаційно-трансформаційних умовах відповідно до вимог асоційованого членства в ЄС.

Однак в силу розвитку трансформаційних процесів та адаптації економіки до вимог і стандартів Європейського Союзу методика та методологія потребує, для України, глибокого вивчення, визначення завдань та реалізації необхідних заходів для перетворення промисловості на конкурентоспроможну інноваційну галузь, що динамічно розвивається. У розробці зазначеної проблеми залишається ряд невіршених питань, які стосуються в першу чергу розробки комплексних науково-технічних програм, визначення чинників впливу на ефективність заходів з впровадження інновацій.

Необхідно пам'ятати що успішність реалізації інноваційних заходів повинна відбуватися з врахуванням інноваційного потенціалу не лише підприємства, а і держави, під чим пропонується розуміти ефективне використання сукупності ресурсів у галузевому ланцюзі: освіта – наука – виробництво – реалізація - споживання, спрямованих на не лише споживання, а і інноваційний розвиток економіки.

Безпосередньо на підприємстві у реалізації інноваційних проектів як складних програм, створенні необхідних умов для впровадження технічних, технологічних або інших новацій, дієвим засобом виступає інноваційний менеджмент – сукупність форм, принципів та методів управління процесами створення і впровадження новин у підприємницьких структурах з урахуванням особливостей ринкової економіки та сучасних тенденцій НТП, інноваційної сфери застосування, системи взаємодії інноваторів, інвесторів, товаровиробників конкурентоспроможної продукції та послуг і звичайно розвинутої інфраструктури.

Як показує досвід, поширення інновацій та нововведень на промислових підприємствах повинно здійснюватись в дуалістичних ланцюгах. В інноваційно-управлінському: держава – галузеві формування - територіальні господарські управління – конкретні промислові підприємства.

Основними принципами інноваційної політики в цьому випадку є: орієнтація на інноваційний шлях розвитку економіки; визначення державних пріоритетів інноваційного розвитку; формування нормативно-правової бази інноваційної діяльності; створення умов для збереження, розвитку науково-технічного та інноваційного потенціалу; забезпечення взаємодії науки, освіти, виробництва, фінансово-кредитної сфери у розвитку інноваційної діяльності; ефективне

використання ринкових механізмів для сприяння інноваційній діяльності; здійснення заходів на підтримку міжнародної науково-технологічної кооперації, трансферу технологій, захист вітчизняної продукції на внутрішньому ринку та її просування на зовнішній ринок; фінансова підтримка, здійснення сприятливої кредитної, податкової і митної політики у сфері інноваційної діяльності; сприяння розвитку інноваційної інфраструктури; інформаційне забезпечення суб'єктів інноваційної діяльності; підготовка кадрів у сфері інноваційної діяльності[1].

Таким чином однією з особливостей розвитку економіки індустріально розвинених країн є реалізація у відповідності до Європейських вимог і стандартів загальної інноваційної політики. Прискорений розвиток науки і техніки посилив необхідність розробки комплексних прогнозів національного науково-технічного розвитку. При цьому протягом останніх років практично в усіх країнах значно підвищилась роль держави у розробці різних прогнозів, формуванні науково-технічних програм, їхньому фінансуванні та організаційному забезпеченні.

Зростаючий інтерес до довгострокового науково-технічного прогнозування і визначення пріоритетів у стратегічних напрямках державної інноваційної політики зумовив розробку відповідних програм як в галузевому так і в регіональному планах. Стратегічне прогнозування стало необхідністю, тому більшість країн періодично друкують, так звані, «білі книги», в яких відображаються пріоритети національної інноваційної політики. Враховуючи регіональну та галузеву специфіку суспільного розвитку України, доцільно було б вивчити можливість впровадження, так званих «білих книг» в наших умовах.

Як показали дослідження високі темпи розвитку науково-технічного потенціалу є необхідною, але недостатньою умовою інтенсивної інноваційної діяльності. Достатня умова інноваційної діяльності – це високий рівень інноваційної сприйнятливості. Тактика визначення пріоритетів у різних країнах ґрунтується на національних проблемах економіки. Необхідно погодитись що державна політика України має орієнтуватися на різні моделі інноваційного розвитку залежно від стану науково-технічного потенціалу і конкретних проблем, що постають як перед суспільством, так і безпосередньо підприємствами, але всі вони повинні бути скеровані на вимоги цивілізованого світу, на Європейські стандарти.

В Україні немає єдиної цілісної методики розробки і регулювання інноваційної діяльності через цільові комплексні програми. Пропонована власна комплексна методика розробки комплексних інноваційних програм враховує: 1) оцінку і вибір наукової проблеми для програмного вирішення; 2) кон'юнктуру ринку; 3) формування комплексу цілей; 4) розробку програми; 5) визначення організаційно-економічного механізму управління програмою.

Отже інноватика промислових підприємств справді може служити основою підвищення конкурентоспроможності її продукції на вітчизняному і міжнародному ринках в т.ч. і у ЄС, при умові комплексної реалізації адаптивно - трансформаційних процесів наявних методичних та програмно-цільових підходів.

На основі вивчення досвіду індустріально-розвинених країн доцільно концентрувати інвестиції на: інноваційно активних підприємствах, створенні венчурних фірм (фонди), удосконаленні інноваційно-інвестиційної політики держави.

Література:

1. Андрушків Б. М. Інноваційно-комплексні шляхи розвитку малого підприємництва / [Б. М. Андрушків, Ю. Я. Вовк, І.Ю. Крамар та ін.]. – Тернопіль: ТНТУ ім. Івана Пулюя, 2011. – 340 с.

УДК 338.2:504.03

Лілія Мельник

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

СЕРТИФІКАЦІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЕКОЛОГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ

Liliya Melnyk

CERTIFICATION AS A TOOL OF ECOLOGICAL MANAGEMENT

У світовій практиці екологічну сертифікацію почали запроваджувати з 1992 р. на основі Директиви 92/880/ЕС «Про екологічні знаки», британського стандарту BS 7750 «Система екологічного управління», міжнародних стандартів ISO/TC207 «Управління навколишнім середовищем» тощо. Поступ України до єдиного ринку стає додатковим чинником у формуванні тенденцій щодо вимог стосовно якості, конкурентоспроможності та безпеки пропонованих продукції, послуг та діяльності об'єктів управління Державної системи екологічного управління. Нині недостатньо декларувати «якість» і «безпеку»: треба мати їх об'єктивні докази. Отримання таких доказів здійснюється через незалежну сертифікацію. Сертифікація – це процедура підтвердження відповідності, за допомогою якої незалежна від виробника (продавця, виконавця) і споживача (покупця) організація засвідчує у письмовій формі, що продукція, процес або послуга відповідає встановленим вимогам.

Впровадження екологічної сертифікації ставить за мету розв'язання нагальних завдань у трьох сферах діяльності держави:

1. У сфері функціонування господарського комплексу: реалізація обов'язкових екологічних вимог природоохоронного законодавства під час ведення господарської діяльності; впровадження систем екологічного менеджменту; створення екологічно безпечних виробництв, технологічних процесів і обладнання; додержання вимог екологічної безпеки і запобігання забрудненню довкілля під час розміщення, переробки, транспортування, ліквідації й захоронення відходів виробництва і споживання; додержання вимог екологічної безпеки впродовж усього життєвого циклу будь-якої продукції; запобігання ввезенню в Україну екологічно небезпечних продукції, відходів, технологій і послуг.

2. У сфері інтеграції України до Європейського Союзу: сприяння інтеграції економіки країни в Європейський ринок; гармонізація системи екологічної сертифікації з міжнародними й національними системами акредитації та сертифікації; підвищення конкурентоспроможності вітчизняної продукції; усунення технічних бар'єрів у міжнародній торгівлі; надання екологічним сертифікату й знаку статусу документів, які гарантують додержання вимог природоохоронного законодавства України.

3. У сфері міжнародного співробітництва в галузі охорони навколишнього природного середовища: сприяння участі України у формуванні світового механізму охорони навколишнього природного середовища; забезпечення виконання Україною міжнародних угод, конвенцій та договорів у природоохоронній галузі; виконання міжнародних зобов'язань України у сфері управління якістю навколишнього природного середовища; забезпечення контролю за транскордонним переміщенням забруднювальних речовин та перевезенням небезпечних відходів.

Особливість системи екологічної сертифікації полягає у тому, що ця система ставить за мету забезпечити захист не тільки споживачів від недоброякісної й небезпечної продукції, а й самого навколишнього середовища від шкідливого впливу як цієї продукції, так і деструктивної діяльності людини. Тому саме для екологічної сертифікації набуває особливого значення розподіл сфер «обов'язковості» і «добровільності», інтересів національної безпеки і ринкових інтересів у визначенні структури цієї системи та правил її функціонування.

УДК 658.5

Наталія Шведа

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ОСОБЛИВОСТІ ПРОЦЕСУ ПРИЙНЯТТЯ СТРАТЕГІЧНИХ РІШЕНЬ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Natalia Shveda

PECULARITIES OF STRATEGIC DECISION-MAKING PROCESS IN MODERN CONDITIONS

Стратегічні рішення є різновидом управлінських рішень і пов'язані з рішеннями, що мають значення для підприємства у цілому: його позиції по відношенню до конкурентів, споживачів, товарів, ринків, макросередовища тощо. Стратегічні рішення визначають загальний напрямок розвитку підприємства і його життєздатність в умовах подій, що прогножуються, несподіваних подій та зовсім невідомих в даний час, які можуть відбутися у його оточенні.

Стратегічне рішення – це результат вибору суб'єктом управління варіанту дій, спрямованих на вирішення визначених стратегічних завдань підприємства в існуючій чи спрогнозованій на майбутнє ситуації. Стратегічне рішення – це результат аналізу, пошуку, розрахунків, дискусій і роздумів часто досить великої кількості людей, до якої можуть входити власники, представники топ-менеджменту, аналітики, експерти, в тому числі зовнішні. Такі рішення спираються на колективні знання і досвід, що дозволяє не тільки передбачати, а й впливати в потрібному напрямку на хід подій. При цьому дуже важливе вміння дивитися на проблеми творчо, орієнтуватися на знаходження новаторських рішень.

Кожний колектив накладає на стратегічне рішення відбиток свого стилю. Певні особливості створюються також різноманітністю й неповторністю умов функціонування і розвитку конкретних організацій, окремих періодів діяльності. Але існують важливі спільні моменти.

По-перше, рішення виступає як комплексна програма дій на перспективу. Воно має забезпечити ефективне функціонування організації шляхом чіткої координації й дотримання необхідної пропорційності у взаємодії окремих частин, а також зовнішніх зв'язків. Тільки в цьому випадку досягається стійка кооперація і переваги спеціалізації. Стратегічне рішення, звісно, підтримує систему внутрішнього поділу праці та водночас якісно закріплює планованість, а також інші сфери організаційних відносин.

По-друге, спільна риса стратегічних рішень – їх директивний характер. Чіткий порядок, високий рівень узгодженості в діяльності різних ланок організаційного процесу потребують високої виконавчої дисципліни, своєчасної та точної реалізації прийнятих рішень.

По-третє, стратегічне рішення завжди спрямоване на подолання суперечностей. Здається, там, де розвиток організації відбувається стійко, без великих труднощів, не виникає необхідності в активному втручанні в хід справи. Але умови діяльності постійно змінюються, тому, подолавши одну суперечність, організація зустрічається з іншою, і це закономірно.

По-четверте, для стратегічних рішень характерний високий рівень невизначеності. Це пов'язано із тим, що період реалізації стратегічних рішень – значний (від 2 до 20 років). Тому спрогнозувати всі зміни у зовнішньому і внутрішньому середовищі підприємства й визначити бажану реакцію на них протягом цього часу практично неможливо. Можна лише визначити приблизні сценарії розвитку

для підприємства, а також мати розроблену множину стратегічних альтернатив як запасні плани для реагування на непередбачувані обставини.

І по-п'яте, стратегічні рішення глобальні і їх наслідки є важливими для всього підприємства. Стратегія взагалі і стратегічні рішення зокрема на підприємстві охоплюють такі важливі питання, як збільшення частки ринку, формування конкурентних переваг, досягнення лідерства в технологіях, інноваційній діяльності тощо. Досягнення таких цілей відбувається при об'єднанні зусиль всіх підрозділів підприємства завдяки впровадженню змін у всіх сферах діяльності. Наслідки реалізованих стратегічних рішень визначають умови функціонування підприємства в майбутньому.

Керівники організацій мають уміти приймати адекватні стратегічні рішення, що сприятиме успішному формулюванню й виконанню стратегій, орієнтованих на дії.

Звичайна процедура прийняття стратегічного рішення поділяється на два блоки дій: дії пов'язані із розробкою стратегічного рішення та дії пов'язані з прийняттям рішення. Розробка рішення включає в себе наступний набір дій:

- аналіз факторів спричинивши появу проблеми або коло проблем, стосовно яких необхідно прийняти рішення;
- аналіз ймовірних наслідків відсутності прийнятого рішення або наслідків прийняття рішення з високим ступенем відхилення від діапазону раціональних рішень;
- формування спектру критеріїв та обмежень, за якими має бути прийняте рішення;
- пошук найбільш компетентних відповідальних осіб, спеціалістів, експертів які б сприяли розробці та оцінці рішення;
- постановка завдань;
- пошук інформації, її опрацювання та аналізування;
- визначення вихідних характеристик проблеми із урахуванням накладених обмежень;
- затвердження мети та критеріїв управління, їх кінцеве формулювання.

Прийняття стратегічного рішення міститься в наступному:

- обґрунтування та побудова формалізованої моделі проблемної ситуації;
- розробка альтернативних варіантів рішення;
- вибір способу вирішення проблеми, моделювання;
- обговорення обраної альтернативи із експертами та потенційними виконавцями;
- обґрунтування (економічне, соціальне та ін.) обраної альтернативи;
- організація виконання рішення;
- контроль виконання рішення;
- стимулювання якості виконання прийнятого рішення, економії ресурсів та дотримання терміну;
- встановлення зворотного зв'язку із особою, яка реалізовує рішення, та за необхідністю коригування критеріїв, обмежень.

Процес розробки та прийняття стратегічного рішення є тривалим та дуже відповідальним, оскільки виступає базою для рішень всіх ієрархічних рівнів підприємства. Рішення такого роду дуже складно або неможливо прийняти самотужки в зв'язку із зростанням рівня їх ризикованості порівняно із тактичними рішеннями. В таких випадках керівник залучає фахівців, які допомагають розробляти рішення, формують критерії та діапазон прийняття рішення, а також експертів, котрі оцінюють рішення на предмет ефективності його реалізації та досягнення цілей.

Отже, процес прийняття стратегічних рішень на підприємстві в сучасних умовах є циклічним і безперервним. Своєчасне виявлення проблем і прийняття відповідних стратегічних рішень дозволить уникнути значних негативних наслідків у майбутньому.

УДК 339.13

Надія Голда

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ДОСЛІДЖЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ

Nadiia Golda

STUDY OF COMPETITIVE ADVANTAGES

У своєму розвитку конкуренція пройшла певний шлях удосконалення від простих до складніших форм. Конкуренція як явище була властива рабовласницькій, феодальній і навіть первіснообщинній епосі, її зародження й виникнення історично відносять до простого товарного виробництва. Конкуренція між простими товаровиробниками (ремісниками, селянами) орієнтується на суспільну (ринкову) вартість товару. Ті з них, які витрачають на одиницю продукції більше праці порівняно з суспільно-необхідними, в конкурентному суперництві втрачають свої позиції й не мають успіху.

Як відзначив Й. Шумпетер, конкуренція по своїй суті глибоко динамічна. Він вважав, що конкуренція - це не рівновага, а постійні зміни, а удосконалення і оновлення галузі є неперервним процесом, а не одноразовою тимчасовою подією, за якою іде довготривале затишшя. Сьогоднішні переваги завтра будуть перевершені або зведені нанівець..

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

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

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

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

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

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

Виконуючи ці функції, конкуренція безпосередньо впливає на ефективність виробництва, підвищуючи його технічний рівень, забезпечуючи поліпшення якості та збереження конкурентних переваг.

В економічній літературі конкурентні переваги часто ототожнюють з можливостями фірми більш ефективно розпоряджатися наявними ресурсами та її конкурентоспроможністю. Така аналогія пояснюється тим, що зміст конкурентоспроможності часто трактується як здатність випереджувати своїх конкурентів за певну економічну ціль. Поняття «конкурентні переваги» і «конкурентоспроможність» мають різні інтерпретації в залежності від об'єкту. Формування конкурентних переваг трансформуються в задачу адаптації системи

управління до змін конкурентного середовища, що дозволяє точно визначити напрям підвищення конкурентоспроможності.

Конкурентні переваги тісно пов'язані з конкретними географічними ринками. Такий взаємозв'язок передбачає врахування таких факторів як специфіка використання товару, вартість транспортування товарів до місця їх використання, частота покупок. Таким чином, з одної сторони, географічні границі ринку розширюються із збільшенням ступені унікальності та складності товару.

На нашу думку конкурентна перевага фірми – це показник, який забезпечує фірмі повне домінування над конкурентами на цільовому ринку. Формування конкурентної переваги є основною маркетинговою стратегією, яка забезпечує фірмі досягнення рівня зростання й прибутковості вищого, ніж у середньому на ринку. Конкурентні переваги в ціні означають, що споживачі вважають товари або послуги фірми достатньо привабливими і можуть, у цьому випадку, погодитися на деяку надбавку в ціні. Вартісна конкурентна перевага може бути зумовлена великим масштабом виробництва, використанням більш прогресивної технології або більшою відповідальністю обслуговуючого персоналу.

Конкурентна перевага, часто, є наслідком більш вигідної ринкової позиції в певному ринковому сегменті. У випадку, коли фірма відтворює показник, який є дуже важливим для даного ринку, то її сильна сторона може перерости у конкурентну перевагу.

Конкурентна перевага так як і конкуренція існує лише у порівнянні з іншим об'єктом дослідження.

Зовнішні конкурентні переваги охоплюють ті показники, які характеризують ринкову перевагу фірми у задоволенні тих чи інших потреб споживача. Таким чином ці переваги відтворюють цінність для споживача. До зовнішніх конкурентних переваг відносять: якість товару, імідж фірми, знання споживачів.

Внутрішні конкурентні переваги охоплюють ті показники, які характеризують переваги цінних аспектів фірми у боротьбі з конкурентами. Таким чином, внутрішні переваги характеризують цінність для фірми-виробника і застосовані на її виробничих і організаційних ноу-хау.

До внутрішніх конкурентних переваг належать: технологія, ефективність виробництва, ефективні контакти з постачальниками матеріально-технічних ресурсів.

Конкурентні переваги є результат низької собівартості продукції, високої ступені диференціації, розумного сегментування ринку, швидкого реагування на потреби ринку. Конкурентні переваги мають відносний характер, так як вони можуть бути оцінені лише шляхом порівняння характеристик, які впливають на економічну ефективність продажу.

М. Портер виділяє наступні напрямки конкурентних переваг, зокрема:

- організаційні, до яких належать високий рівень мобільності фірми, її розміри, набутий досвід, фінансова можливість;
- функціональні, які охоплюють показники функціональних служб фірми (маркетинг, виробництво, кадри), імідж фірми, розміри і кількість цільових ринків, знання споживачів, ефективна цінова стратегія, знання конкурентів;
- переваги, які застосовані на взаємовідносинах із зовнішніми організаціями що об'єднують низку показників, які відтворюють імідж та набутий досвід роботи фірми з фінансовими організаціями, торговельними посередниками, політичними організаціями.

Ф. Котлер вважає, що для оцінки конкурентної переваги доцільно використовувати таких 12 чинників: частка ринку; темпи зростання обсягу продажу; якість продукції; репутація марки; сітка дистрибуції; ефективність комунікацій; використання виробничих потужностей; ефективність виробництва; собівартість одиниці продукції; джерела постачання сировини; видатки на дослідження і розвиток; управлінський персонал.

Порівнюючи засоби власної фірми із засобами конкурентів за вказаними чинниками можна оцінити позицію власної фірми на ринку на фоні конкурентів, використовуючи профіль конкурентності.

Дослідивши особливості конкурентних переваг, доцільно зазначити, що їх формування залежить від впровадження підприємством інновацій і таким чином досягнення його конкурентоспроможності.

УДК 338.24

Ольга Владимир

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

РЕСУРСНИЙ ПОТЕНЦІАЛ УКРАЇНИ ТА ЕФЕКТИВНЕ УПРАВЛІННЯ НИМ

Olha Vladymyr

RESOURCE POTENTIAL OF UKRAINE AND ITS EFFECTIVE MANAGEMENT

Сучасний світ характеризується високим динамізмом економічних процесів, жорсткою конкурентною боротьбою між учасниками бізнесу за ринки збуту, за доступ до якісних і недорогих ресурсів. Інтенсивний розвиток науки та техніки забезпечив суспільству нові умови життя, а бізнесу широкі можливості розвитку. Серед основних складових, які забезпечують успіх підприємницькій діяльності як базовій основі економічного розвитку країни, є ресурсний потенціал, ефективне управління ним, а також гармонійне зовнішнє середовище.

Історично географічні умови були одним і з найбільш важливих чинників процвітання чи занепаду краю. В індустріальний та постіндустріальний час їхнє значення для господарської діяльності зменшилось, але продовжує залишатись великим. На інвестиційний потенціал областей впливають дві групи географічних факторів – природні (фізико-географічні) та економічні (економіко-географічні).

Аналізуючи ресурсний потенціал України та окремих її регіонів, слід враховувати такі основні його складові як: географічне розташування, структура земель, наближеність до центрів економічного розвитку, доступність транспортних шляхів; природні ресурси (енергетичні, мінеральні водні, стан навколишнього середовища); інфраструктура, автомобільне, залізничне, морське сполучення; трудові ресурси (чисельність, структура та концентрація населення, робоча сила, міграція, якість трудових ресурсів, характеристика ринку праці, рівень безробіття та заробітної плати; розмір ринку: споживчий сегмент, чисельність споживачів та рівень їх доходів; бізнес-сегмент: кількість підприємств, обсяг капіталовкладень, ВВП, обсяг державної підтримки, кількість банківських установ, експортно-імпортна діяльність, обсяг прямих іноземних інвестицій; R&D потенціал, наявність та кількість науково-дослідних інститутів, наявність та діяльність технопарків.

Україна є досить неоднорідною країною як з точки зору географічних умов, так і в плані соціально-економічного розвитку. Така географічна та соціально-економічна різноманітність свідчить про значний потенціал регіонів, оскільки дозволяє запропонувати різноманітні «пакети» інвестиційних умов, якими може скористатись широке коло потенційних інвесторів, адже кожний інвестор орієнтується на цілком конкретні характеристики територій, які для нього є визначальними.

Разом з тим, значний ресурсний потенціал нашої країни мав би беззаперечно гарантувати високі показники розвитку економіки, зокрема таких її галузей як сільське господарство, промисловість, туризм, наука і ІТ-технології. Запаси чорнозему України становлять 5% від світових. Сільськогосподарські угіддя становлять 70% площі всіх земель, серед них орні землі — в середньому 55%. Україна належить до територій із кліматичним комфортом, тому загалом кліматичні умови та рельєф є сприятливими для сільськогосподарського виробництва, функціонування транспорту, галузей енергетики. Україна добуває і споживає до 5% обсягу світової мінерально-сировинної продукції. Від світового обсягу в ній добуваються до 29% марганцевої руди, 13,5 % залізної руди, 6% кам'яного вугілля. За розвіданими запасами деяких корисних копалин Україна випереджає США, Великобританію, Францію, Німеччину, Канаду.

Україна має великі рекреаційні ресурси, до яких належать географічні об'єкти, які

можна використовувати для відпочинку, туризму, лікування та оздоровлення. На території Тернопільської області знаходиться найбільша у світі гіпсова печера Оптимістична (165 км). Варто зазначити й те, що розмаїття природних умов і біотопів зумовлює багатство тваринного та рослинного світу України. І безперечно, Україна славиться своїми трудовими ресурсами, науковими розробками та відкриттями. Багато представлених і соціально-рекреаційні ресурси різними культурними об'єктами, пам'ятками архітектури, історії, археологічними стоянками, етнографічними музеями, місцями, пов'язаними з життям та перебуванням видатних учених, письменників, інших діячів.

Вдале географічне розташування України забезпечує їй доступ до зовнішніх ринків (варто згадати, що географічний центр Європи знаходиться біля села Ділове неподалік від міста Рахова Закарпатської області), через її територію проходять шляхи сполучення країн Заходу і Сходу, Півночі та Півдня. Слід зазначити, що важливі міжнародні транспортні магістралі проходять через територію більшості регіонів України, що, відповідно, збільшує інвестиційну привабливість транзитних територій. Місця перетину транспортних коридорів є привабливими для створення хабів, які могли б зменшити витрати підприємств, оптимізуючи транспортні потоки завдяки комбінуванню різних видів перевезень.

Такий широкий спектр ресурсного потенціалу абсолютно логічно і беззаперечно мав би забезпечити широкі можливості та перспективи розвитку бізнесу в Україні, залучення капіталу та інвестицій як внутрішніх, так і зовнішніх, а відтак високі показники економічного розвитку нашої країни та гідний рівень життя її громадян.

Проте, як свідчать реалії останніх двадцяти років, недолуге державне управління на усіх рівнях, розвиток економіки на екстенсивній основі, вдаване виконання роботи у багатьох структурах, бюрократизм, фіктивні звіти та неправдиві статистичні дані, відсутність програми стратегічного розвитку країни призвели до глибокої економічної, соціальної та політичної кризи. До останнього часу у розвитку економіки України значну роль відігравала експортна діяльність, та на жаль ринок України зазвичай виконує роль "сировинного додатку" для інших країн. Кредити отримані від МВФ здебільшого ідуть на погашення боргів за споживання імпорту. А це ще більше поглиблює існуючу проблему, адже отримані кошти не залишаються в країні (для розвитку її реального сектора), а транзитом проходять через неї, залишаючи лише непогашені відсотки та формуючи поглиблення боргової ями для прийдешніх поколінь.

В Україні відбувається посилення кризових проявів і ризиків. Нинішня слабка економічна динаміка, поглиблення і розширення негативних проявів в економіці, низький рівень довіри до системи державного управління, відсутність системних ринкових змін, високий рівень корупції, слабка фінансова дисципліна, незадовільна інвестиційна привабливість і надмірне боргове навантаження вказують на зростання «переддефолтних» ризиків для України, а також посилюють негативний імідж України в очах міжнародного бізнесу, національних і зарубіжних інвесторів, світової спільноти.

Очевидною є проблема відсутності професіоналізму та ефективного менеджменту на усіх рівнях державного управління. Відтак назріла гостра проблема у застосуванні якісно нових підходів та методів організації та управління економічними, суспільними та політичними процесами відповідно до ресурсних можливостей та пріоритетних напрямів розвитку України. Настав невідкладний час реформування монетарної, інвестиційної та податкової політики, законодавства та судочинства тощо на засадах чесності, прозорості, раціоналізації та доцільності, а також жорсткості, невідкладності, системності та систематичності.

УДК 330

Ольга Галушак, Михайло Галушак

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ – ОСНОВА СУЧАСНИХ ТЕХНОЛОГІЙ АДМІНІСТРАТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

Olha Halushchak, Mykhailo Halushchak

INFORMATION SYSTEMS – THE BASE OF MODERN TECHNOLOGIES OF ADMINISTRATIVE MANAGEMENT

З метою забезпечення інформаційних потреб апарату управління підприємств застосовують сукупність організаційних і технічних засобів для збереження та обробки інформації, тобто інформаційні системи. Їх розробці та впровадженню в системі адміністративного менеджменту сприяють наступні аспекти:

- здешевлення автоматизованих функцій обробки інформації;
- зростання продуктивності і потужності комп'ютерної техніки, що дозволяє створювати ефективні програмні засоби з елементами штучного інтелекту;
- посилення комунікативності обчислювальних засобів, створення розподіленої мережі обробки даних, що забезпечує кращу живучість і оперативність інформаційних систем, а також гнучкість пристосування до конкретних умов;
- поява широкого класу компактних обчислювальних пристроїв, які можуть працювати, як на робочому місці експерта, так і в складі технологічного обладнання.

На потреби організацій в інформаційних системах адміністративного менеджменту впливає розвиток підприємництва в світі. Створення всесвітньої інформаційної системи, міжнародний поділ і кооперація праці, еволюція центрів світової економіки, економічна інтеграція перетворюють всю структуру світового господарства, тому конкуренція на основі співробітництва стає все важливішою для прийняття рішень в організаціях.

Трансформація економіки України призвела до орієнтації підприємств на широке використання економічної інформації, що спричинило пропозицію інформаційних продуктів і послуг та появу інформаційних підприємств. Сучасні розробки інформаційних систем адміністративного менеджменту просуваються вперед досить успішно, використовуючи останні досягнення в галузі технологій інформаційних систем та комунікацій. Завдяки цьому інформаційні системи адміністративного менеджменту стали задовольняти зростаючі вимоги споживачів щодо забезпечення інформацією.

Використання різноманітних форм автоматизації управлінської праці змінює основні компоненти системи управління та забезпечує якісно нові функціональні можливості роботи адміністративно-управлінського персоналу. Однак важливо не переоцінювати роль управлінсько-інформаційної техніки. Вона виконує лише функції забезпечення процесу прийняття рішення на підставі деякої інформації. Головні напрямки робіт в галузі автоматизації менеджменту виявляються в організаційній, соціальній, кадровій перебудові управлінської діяльності.

Застосування сучасних засобів міжособового зв'язку та обробки інформації у повсякденній роботі менеджерів дозволяє значно зменшити витрати на рутинну та малоефективну роботу і підвищити ефективність ділових переговорів. Важливе значення в автоматизації менеджменту має передача інформаційних масивів. Передача великих інформаційних потоків на значні відстані здійснюється з допомогою різноманітних видів ліній зв'язку. Впровадження інформаційних систем адміністративного менеджменту надає можливість розглядати проблеми у

взаємопов'язаному комплексі і підняти ефективність праці менеджерів на якісно новий рівень, який дозволить чіткіше та точніше дотримуватися загальної політики та стратегії організації, а також загальноприйнятих правил та нормативів, з більшою ефективністю управляти персоналом на основі підтримання найтісніших зворотних зв'язків, розумно ставитися до ризику на основі методів глибокого аналізу проблеми, використовуючи інформаційне середовище організації, ефективно організовувати колективну працю.

Варто відзначити, що інформаційні системи самі по собі доходу не приносять, але можуть сприяти його одержанню. Вони можуть виявитися дорогими і, якщо їхня структура й стратегія використання не були ретельно продумані, навіть марними. Впровадження інформаційних систем пов'язане з необхідністю автоматизації функцій працівників, а тому сприяє їхньому вивільненню. Можуть також настати більші організаційні зміни в структурі фірми, які, якщо не враховано людський фактор і не обрана правильна соціальна й психологічна політика, часто проходять досить конфліктно.

Як правило, інформаційні системи та технології використовують з метою прийняття оптимальних рішень. У теорії систем виділяють як самостійно функціонуючі інформаційні системи, такі як інформаційно-розрахункові системи різного призначення, системи керування вантажо- і пасажироперевезеннями, геоінформаційні системи, інтелектуальні системи та інші, так і функціонуючі в складі автоматизованих систем управління. В автоматизованих системах управління вони відіграють роль інформаційної підсистеми, що здійснює збирання, зберігання й передавання інформації споживачам.

У наш час все більша увага приділяється розробці інтелектуальних інформаційних систем, в основі яких лежать моделі, що реалізують інтелект людини. Застосування на практиці таких систем забезпечує створення інтелектуальних інформаційних технологій, які отримали широкий розвиток, як у межах науки (теорії прийняття рішень, розпізнавання і передачі інформації та ін.), так і у процесі створення конкретних інтелектуальних програмних засобів.

Найбільш широко інформаційні системи та технології використовуються у виробничій, управлінській і фінансовій діяльності, хоча відбулися зміни у свідомості людей, зайнятих і в інших сферах, щодо необхідності їхнього впровадження й активного застосування. Це визначає кут зору, під яким у цей час розглядаються основні напрямки їхнього застосування. Головна увага приділяється розгляду інформаційних систем та технологій з позицій використання їхніх можливостей для підвищення ефективності праці працівників інформаційної сфери виробництва і підтримки прийняття управлінських рішень.

Отже, впровадження інформаційних систем та технологій в організації спрямовано на досягнення таких основних цілей:

- вироблення більш раціональних варіантів вирішення управлінських завдань за рахунок впровадження математичних методів та інтелектуальних систем;
- звільнення працівників від рутинної роботи за рахунок її автоматизації;
- забезпечення достовірності інформації;
- удосконалення структури потоків інформації і системи документообігу в установі;
- зменшення витрат на виробництво товарів і послуг;
- надання споживачам унікальних послуг;
- пошук нових ринкових ніш;
- прив'язка споживачів і постачальників до виробника за рахунок надання їм різноманітних знижок і послуг.

УДК 338.17

Соломія Скоренька, Ігор Стойко

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

НОБЕЛІВСЬКИЙ ЛАУРЕАТ 2014 РОКУ ЖАН ТІРОЛЬ НА ЗАХИСТІ МОНОПОЛІЙ: ІДЕЇ ДЛЯ УКРАЇНИ

Solomiia Skorenka, Igor Stoyko

**THE NOBEL LAUREATE JEAN TIROLE 2014 ON DEFENSE OF MONOPOLIES:
IDEAS FOR UKRAINE**

Жан Тіроль (фр. Jean Tirole, народився 9 серпня 1953 року. Труа, Франція) – французький економіст, автор багатьох наукових праць з теорії промислових організацій, теорії ігор, теорії контрактів, теорії банків та фінансів. Отримав докторську ступінь у Массачусетському технологічному інституті у 1981 році. У 1984–1991 роках працював професором економіки в Массачусетському технологічному інституті. Був президентом Економетричного товариства у 1998 та президентом Європейської економічної асоціації у 2001 році. На сьогоднішній день професор Тузулької школи економіки та запрошений професор Массачусетського технологічного інституту. У 2014 році Жану Тіролю присуджена Нобелівська премія з економіки «за аналіз ринкової влади та регулювання».

Вручення Нобелівської премії з економіки Жану Тіролю закріпило вже давно сформовану тенденцію Нобелівського комітету – давати премії не за системоутворюючі економічні теорії, а за прикладні розробки з конкретних тем. Джон Мейнард Кейнс, очевидно, був останнім економістом ХХ століття, який спробував посперечатися з великими економістами минулого – Смітом, Ріккардо – створивши економічну теорію загального характеру. Чи свідчить це про кризу економічної науки? Скоріше ні, ніж так. Напевно, великими економістами минулого були знайдені основні відповіді на основні питання економіки. Тепер прийшов час зайнятися деталями. Як казав Бертран Рассел за схожим приводу: «Вся сучасна західна філософія – підрядкові коментарі до Платона». Починаючи з 1960-х років минулого століття, Нобелівські премії з економіки частенько отримують за підрядкові коментарі до Адама Сміта і Джона М. Кейнса.

Цей методологічний підхід заслуговує поваги, оскільки є інструментальним і допомагає економістам прогресувати, вирішуючи конкретні практичні проблеми, а не займатися безплідним теоретизуванням, спробою створити «загальну теорію всього». Найчастіше спроби зробити це закінчуються крахом. Найгучніший провал – провал Маркса, до речі, яскравий приклад того, як помилкова наукова теорія може призвести до катастрофічних наслідків. Тепер все змінилося. Наприкінці ХХ століття головними героями стають інструменталісти: Коуз, Акерлофф і Стігліц. Зараз – Жан Тіроль.

61-річний Жан Тіроль займається вивченням галузевих ринків, теорією ігор, теорією стимулів у поставках і регулюванні. Він опублікував більше ста наукових статей з економіки і шість книг. Протягом декількох років його називали потенційним лауреатом Нобелівської премії. Він також є лауреатом премій різних університетів та економічних організацій, зокрема, він отримав золоту медаль Національного центру наукових досліджень Франції у 2007 році і нагороджений премією Європейської економічної асоціації у 1993 році. Варто відзначити, що з початку ХХІ століття Нобелівська премія з економіки діставалася практично тільки американцям, так що можна сказати, що француз Жан Тіроль став рідкісним винятком.

Тіроль у своїх роботах заступився за монополію. Сучасна економічна теорія стверджує, що монополія шкідлива. Це було загальним місцем, починаючи з Адама Сміта. Тільки конкуруючі, підприємства можуть поліпшувати якість продукції, знижувати ціни і т. д. Однак практика останнього століття, особливо в технологічних секторах, показала, що не все так просто і лінійно. Нерідко фірми, навмисне уникали конкуренції, досягали більших успіхів, ніж ті, які конкурували. Тонкі і глибокі дослідники, і серед них найяскравіший – Жан Тіроль – не могли не звернути уваги на цей феномен. Сам факт присудження Нобелівської премії Жану Тіролю, безумовно заслужений (індекс цитування серед економістів у Ж. Тіроля – восьмий у світі), говорить багато про що.

Ще б хотілося відзначити, що роботи Ж Тіроля стали настільними книгами в практиці видатних підприємців світу. Відомий венчурний капіталіст і підприємець Пітер Тіль у своїй недавній книзі «Від нуля до одиниці» пише, що прагнення до монополії на ринку було його головним бізнес-устремлінням. Тому в його портфелі багато бізнес-ідей, які у своїх нішах займають чільне місце. П. Тіль стверджує, що монополії рухають прогрес, тому що протягом десятиліть отримують великі доходи, що стимулює їх до інноваційної практики.

Монополії дозволяють фірмам будувати довгострокові плани і фінансувати амбітні дослідницькі проекти, про які фірми на конкурентних ринках не можуть і мріяти в силу об'єктивних причин - занадто багато ресурсів, часу, сил йде на те, щоб вижити в конкурентній боротьбі. Так міркує П. Тіль, людина, яка контролює підприємства з капіталізацією в більш ніж 30 млрд. дол.! Причому всі успіхи зростання капіталізації цих фірм досягнуті за останні 10 років.

Проблема ставлення до монополії технологічної або маркетингової є набагато більш важливим чинником виживання в середньостроковій і довгострокових перспективах. Це показали праці Жана Тіроля, це показала практика Пітера Тіля. Які висновки з праць Жана Тіроля необхідно зробити вітчизняному уряду, українським підприємцям? Для початку зауважимо, що ідея Жана Тіроля не є настільки очевидною для представників влади і для багатьох підприємців. Інакше суспільний дискурс вівся б у зовсім іншій сфері. А так ми постійно обговорюємо всього лише ціни на газ. Це питання звичайно дуже важливе для виживання в короткостроковому періоді, але пригнічує те, що ми абсолютно не думаємо про майбутнє.

Читаємо у статистиці – жовтень для української економіки став найгіршим місяцем у 2014 році. Керуючись теоретичним і практичним спадщиною, Україні потрібно винести на громадське обговорення проекти нових технопарків. У них будуть створюватися монополії, які дозволять країні домагатися ринкових перемог, а не займатися постійними стогонами про тяжке становище, в якому опинилася держава. У кожній кризі заховані й зерна майбутніх успіхів, якщо ми озброєні правильною теорією.

Міжнародна наука відкрита світу. Того світу, який готовий до змін мислення. Ніякого труднощів не складе перевести роботи Тіролю і роздати їх чиновникам в Антимонопольному комітеті та інших профільних міністерствах.

Підхід Тіроля – не займатися глобальними питаннями, а зайнятися мікрорегулюванням – прекрасна підказка майбутньому уряду реформ, яке, причому незалежно від його складу, напевно знову збирається готувати величезні за розміром програми, на написання яких піде не один місяць. Але, саме політикою малих справ має зайнятися новий український уряд на шляху реформування вітчизняної економіки. Якщо воно буде озброєне правильною теорією – успіх невідворотний. Однією з таких правильних теорією і є праці Жана Тіроля.

УДК 330

Галина Нагорняк, Дмитро Усятицький

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ВПЛИВ ІННОВАЦІЙ НА РОЗВИТОК АГРОПРОМИСЛОВОГО КОМПЛЕКСУ УКРАЇНИ

Galina Nahorniak, Dmitro Usyatytskyu

THE INFLUENCE OF INNOVATIONS FOR DEVELOPMENT OF AGRO- INDUSTRIAL COMPLEX OF UKRAINE

Розвиток національного ринку інновацій потребує формування відповідної інфраструктури, функціонування елементів якої сприятиме швидкому впровадженню технологічних нововведень. Можливим у цьому аспекті видається роль суб'єктів малого та середнього підприємництва сфери інноваційного бізнесу та створення спільних з іноземними підприємствами структур, де має розвиватись обмін науково-технічними досягненнями шляхом розширення мережі технопарків, технополісів, інноваційних інкубаторів тощо. Потрібно зауважити, що у сфері агропромислового комплексу згадані форми інфраструктури розвиваються занадто повільно. Що стосується поняття інноваційного розвитку господарської діяльності, то під ним варто розуміти певні перетворення у діяльності підприємства, що призводять до посилення рівня використання інтелектуального потенціалу, зміцнення конкурентного статусу, збільшення обсягів діяльності та економічного зростання. За умов обмеженості матеріальних ресурсів дедалі більшого значення набуває забезпечення ресурсоощадного господарювання, отже, необхідність упровадження інновацій посідає у цьому аспекті вагоме місце.

Варто зауважити, що розгортання таких процесів у господарській діяльності підприємства АПК є свідченням формування інноваційної ідеології та інноваційної культури. Запровадження ефективних механізмів розвитку інноваційної діяльності підприємств усіх сфер агропромислового комплексу має здійснюватися з обов'язковим дотриманням певних вимог, серед яких основними є: беззаперечне дотримання у господарській діяльності вимог об'єктивних економічних законів; формування середовища для здійснення інноваційного розвитку підприємств; оптимізацію правового забезпечення здійснення інноваційної діяльності у державі. Ефективність перебігу та регулювання інноваційної діяльності залежать від дієвості інструментарію її здійснення на підприємстві агропромислового комплексу. Для цього потрібно: у стратегії розвитку суб'єктів господарювання чітко визначати пріоритети інноваційної діяльності; формувати відповідні елементи інфраструктури (організаційно-координаційні підрозділи, інформаційно-аналітичні та консультативні мережі), що забезпечать ефективну реалізацію визначених у стратегії підприємств АПК пріоритетів щодо інноваційної діяльності; формувати ефективний мотиваційний механізм щодо здійснення інноваційної діяльності; забезпечити з боку власника (керівництва) моніторинг та контроль за ходом реалізації заходів інноваційної політики суб'єктів господарювання.

Дієвим інструментом запровадження інновацій у сфері АПК має стати лізинг. Він забезпечує доступ споживачів – суб'єктів агропромислового комплексу до нових прогресивних видів технічного забезпечення в умовах їх швидкого старіння. Адже, що лізинг – це проста, але разом із тим ефективна господарська схема, в якій інтегруються інтереси власників капіталу та суб'єктів агропромислового комплексу. Проблеми

стабілізації національної економіки, у т. ч. числі і підприємства АПК, зумовлюють необхідність активізації інноваційної діяльності. Звідси пріоритетною є проблема формування механізмів управління ефективним розвитком суб'єктів господарювання в умовах освоєння інновацій. Це потребує опрацювання стратегії, що відповідає потребам економічного розвитку у довготривалій перспективі. Вирішення такого широкомасштабного завдання потребує критичного комплексного аналізу та переосмислення підходів, які склалися, створення основ забезпечення ефективного розвитку суб'єктів господарювання у сфері АПК за умов освоєння інновацій. На жаль, у сфері АПК України нині надзвичайно мало суб'єктів господарювання, які повною мірою здійснюють інноваційну діяльність. Така ситуація значною мірою обумовлена станом національної економіки, що характеризується інвестиційною кризою, деградацією науково-технічного та виснаженням кадрового потенціалів, а наслідком є низька інноваційна активність підприємств АПК.

Слід зазначити, що реалізація у господарській практиці підприємства АПК інноваційних проектів представляє собою здійснення низки інноваційних заходів. Такі інноваційні заходи завжди є різними не лише за змістом (метод, структура, процес, продукт), але і за способом їх господарського впровадження. Звідси впливає, що змістовна сутність будь-якого інноваційного проекту з позицій забезпечення ефективності господарської діяльності повинна бути спрямованою на впровадження інновацій у діяльності суб'єктів ринку. Недоліком у процесах залучення інноваційного потенціалу у вирішення господарських завдань підприємств агропромислового комплексу є відсутність кореспондування результатів наукових досліджень та практичної діяльності суб'єктів ринку, де держава виступає як єдиний інтегратор таких процесів. Для перетворення наявного в Україні науково-технічного потенціалу у дієвий чинник економічного розвитку необхідно опрацювати державну програму комплексної підтримки інноваційних процесів.

Першочерговим завданням є створення сприятливих економіко-правових умов для формування інноваційної системи, де особливу увагу треба звернути на підприємства агропромислового комплексу, що забезпечують виробництво продовольства та формують продовольчу безпеку як вагому складову національної безпеки країни. Вагомими стратегічними аспектами вирішення такої проблеми є: опрацювання ефективних правил взаємодії елементів наукових досліджень на законодавчому рівні; створення системи просування на ринок науково-технічних розробок та наукоємної продукції, що сприятиме обійманню певного сегменту ринку та забезпечуватиме захист прав на інтелектуальну власність; підвищення інноваційної активності підприємств АПК. Формування інноваційної системи потребує врахування відмінностей інноваційного потенціалу за окремими регіонами, виявлення регіонів з низкою переваг – значним інноваційним та інвестиційним потенціалом та розвитком відповідних виробництв. Таким чином, комплексний підхід до оцінки рівня та тенденцій розвитку підприємств АПК на основі інновацій дасть можливість обґрунтування стратегічних цілей, стане підґрунтям опрацювання і прийняття управлінських рішень, формування вимог, яким повинні відповідати плани інноваційного розвитку суб'єктів цієї сфери. Крім того, інноваційна складова стане вагомим чинником формування організаційно-економічних взаємовідносин підприємств АПК. При опрацюванні інноваційних заходів суб'єктів усіх сфер АПК необхідно орієнтуватися на такі підходи: визначення пріоритетних напрямів, що потребують інноваційних підходів; скорочення кількості управлінських рівнів з метою прискорення інноваційних процесів; оптимізація термінів опрацювання та обґрунтування інноваційних проектів.

УДК 658.012.4:336(073)

Галина Машлій, Анастасія Рацюк

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РЕСУРСАМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Galina Mashliy, Anastasiia Ratsiuk

INFORMATION PROVISION OF FINANCIAL RESOURCES MANAGEMENT PROCESS AT ENTERPRISE

В умовах сучасного розвитку економіки ефективний фінансовий менеджмент виступає одним із найбільш важливих і складних завдань, які стоять перед управлінським персоналом будь-якого підприємства. Слід зазначити, що успішність управління фінансовими ресурсами підприємства значною мірою залежить від якості його інформаційного забезпечення. Саме інформація, що використовується для прийняття управлінських рішень, впливає на обсяг витрачання фінансових ресурсів, рівень прибутковості, ринкову вартість підприємства, альтернативність вибору інвестиційних проектів та наявних фінансових інструментів та інші показники, які характеризують рівень добробуту власників і персоналу, темпи розвитку підприємства тощо [1].

Система інформаційного забезпечення фінансового менеджменту включає безперервний і цілеспрямований моніторинг відповідних інформаційних показників, які необхідні для здійснення аналізу, планування, підготовки ефективних управлінських рішень за всіма напрямками фінансової діяльності підприємств. Вона призначена забезпечувати необхідною інформацією не тільки управлінський персонал та власників самого підприємства, але й задовольняти інтереси широкого кола її зовнішніх користувачів. Адже відносини, в які вступає підприємство із суб'єктами оточуючого його середовища, теж базуються на фінансовій інформації про нього. Основними користувачами даної інформації при цьому виступають кредитори підприємства, потенційні інвестори, контрагенти з операційної діяльності, податкові органи, аудиторські фірми, фінансові консультанти, експерти та ін.

Фінансова інформація становить набір даних (в систематизованій певним чином формі) про стан господарських ресурсів, зобов'язань і фінансових джерел фірми; рівня прибутку і витрат, що дозволяє розробляти прогнози рівня доходів й пов'язаних з ними ризиків; оборотів фірми та якості її активів; обсягу та напрямів потоків грошових коштів.

Кожне підприємство у своїй діяльності розпоряджається трьома потоками фінансової інформації: нормативною, плановою і фактичною. Проте зовнішнім користувачам доступні лише фактичні дані про фінансовий стан підприємства. Дана обставина ускладнює вирішення задач такого споживача інформації із прогнозування видів та розрахунку рівня ризиків, оскільки більш широкі дані, зокрема, відхилення між плановими і фактичними показниками, зовнішньому користувачу недоступні [2].

Оскільки в умовах ринкової економіки попит на фінансову інформацію є дуже високим, то для того, щоб задовольнити різноманітні інформаційні потреби всіх зацікавлених сторін, сучасне підприємство мусить конструювати упорядковані потоки своєї фінансової інформації, її систематизоване подання в залежності від змісту запиту відповідної групи споживачів з точки зору її корисності. Основою інформаційного забезпечення фінансового менеджменту є інформаційна база, яка повинна відповідати

таким вимогам, як значущість, повнота, достовірність, своєчасність, зрозумілість, релевантність, порівнянність, ефективність.

Формування інформаційної бази фінансового менеджменту на підприємстві - це процес цілеспрямованого добору відповідних економічних показників, орієнтованих на прийняття стратегічних рішень і ефективне поточне управління фінансовою діяльністю. Формування системи інформативних показників фінансового менеджменту для конкретного підприємства пов'язане з його галузевими особливостями, організаційно-правовою формою, обсягом, ступенем диверсифікації господарської діяльності та інших чинників.

Сукупність показників, що безпосередньо включаються в інформаційну базу фінансового менеджменту, формуються за рахунок внутрішніх і зовнішніх джерел інформації. До складу інформаційної бази входить п'ять блоків. Перший блок – це закони, постанови та інші нормативні акти, положення і документи, які, насамперед, визначають правову основу фінансових інститутів, ринку цінних паперів. Документи, представлені в цьому блоці, мають обов'язковий для виконання характер. До другого блоку входять нормативні документи державних органів (Міністерства фінансів України, НБУ тощо), міжнародних організацій та інших фінансових інститутів, які містять вимоги, рекомендації та кількісні нормативи в сфері фінансів до учасників ринку. Третій блок включає в себе бухгалтерську звітність, що в умовах ринку є найбільш інформативним та надійним джерелом, яке характеризує майновий та фінансовий стан підприємства. Система підготовки і представлення статистичних даних у фінансовій сфері (четвертий блок) є виключно важливою для становлення та розвитку ринкових відносин. Зокрема, інформація цього блоку дуже важлива для юридичних і фізичних осіб, які безпосередньо зайняті операціями на ринку цінних паперів. П'ятий блок (несистемні дані) включає в себе відомості, які або не мають безпосереднього відношення до інформації фінансового характеру, або виникають поза будь-якою інформаційною системою. До першого типу належать офіційна статистика загальноекономічної спрямованості, дані аудиторських компаній тощо. До другого типу належать дані, надруковані в різних засобах масової інформації, неофіційні дані тощо [3].

Варто також відмітити, що інформацію, яка забезпечує потреби фінансового менеджменту, можна класифікувати за видами залежно від її джерела та призначення. До основних класифікаційних складових інформаційного забезпечення фінансового менеджменту варто віднести: звітні та оперативні дані, зокрема баланс, форми 2-4 бухгалтерської звітності, статистичні та фінансові оперативні дані; нормативну та інструктивну інформацію всіх рівнів (державного, регіонального, галузевого); планово-прогнозну інформацію; довідково-аналітичну інформацію.

Вдосконаленню інформаційного забезпечення системи управління фінансами на підприємстві сприяють досягнення в галузі комп'ютеризації, що дозволяє значно підвищити продуктивність праці, скоротити час на передачу інформації та підвищити її якість та надійність.

Література:

1. Фінансовий менеджмент [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://pidruchniki.com/1584072064616/finansii/finansoviy_menedzhment.
2. Крамаренко Г.О. Фінансовий менеджмент / Г.О. Крамаренко, О.Є. Чорна. 2-ге вид.: Підручник. - Київ: Центр учбової літератури, 2009. - 520 с.
3. Кірейцев Г.Г. Фінансовий менеджмент: Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів / Кірейцев Г.Г. - Житомир: ЖІТІ, 2001. – 440 с.

УДК 631.164

Василь Дюк, Павло Дудкін

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Vasyľ Diuk, Pavlo Dudkin

FORMATIONS OF INVESTMENT STRATEGY OF COMPANY'S INNOVATIVE DEVELOPMENT

В сучасних умовах господарювання успішний розвиток підприємств, та їхня успішність на ринку великою мірою залежить від інноваційної діяльності підприємства. Інноваційна діяльність підприємства залежить від інвестиційної політики, що спрямована на стимулювання капіталовкладень в інновації промисловості.

В статі 2 Закону України «Про інвестиційну діяльність»^[1], інвестиційна діяльність як одна із форм інвестиційної діяльності здійснюється з метою впровадження досягнень науково-технічного прогресу у виробництво і соціальну сферу а також передбачає:

- фінансування фундаментальних досліджень для здійснення якісних змін у стані продуктивних сил;
- розробку і впровадження нової, ресурсозберігаючої технології, призначеної для поліпшення соціального і екологічного становища;
- розробку і впровадження нових видів техніки і технології;
- реалізацію довгострокових науково-технічних програм з тривалими строками окупності витрат;
- прогресивні міжгалузеві залучення.

Формування та розробка інвестиційної стратегії підприємства розглядається як стратегія забезпечення його ресурсної бази, для забезпечення реалізації інноваційної діяльності підприємства. Формування інвестиційної стратегії інноваційного розвитку підприємства полягає в складнім пошуку оптимального варіанта, який відповідатиме меті підприємства і матиме перспективи його інноваційного розвитку. Інновації завжди мають елементи невизначеності та ризику, виходячи із цього інвестиційна стратегія підприємства не є незмінною, а потребує перегляду та уточнення відповідно до врахування змін внутрішнього та зовнішнього середовища.

Інвестиційна стратегія – це генеральний план дій в сфері інвестиційної діяльності підприємства, що визначає пріоритетні напрями і форми, а також характер формування інвестиційних ресурсів а також послідовність етапів реалізації інвестиційних цілей.

Всі інновації потребують інвестиції і чим складніша вона технологічно, тим більші інвестиції потрібні для її створення та освоєння. Завданням інвестиційної стратегії є визначити, чи буде інвестиція вигідною і який інвестиційний проект буде найоптимальнішим. А також при складанні інвестиційної стратегії є дуже важливим визначення прибутковості об'єкта інвестицій.

Для розвитку інвестиційної діяльності підприємства та підвищення їх ефективності потрібно вибрати найоптимальніші шляхи досягнення цілей. Провести пошук і оцінку альтернативних варіантів інвестицій і запровадити реальні інвестиції на основі аналізу інвестиційних проектів.

Література:

Закон України «Про інвестиційну діяльність» від 18.09.1991 р.

УДК 334.021

Анна Зелена, Юрій Вовк

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

КРЕАТИВНЕ СЕРЕДОВИЩЕ ЯК НЕОБХІДНІСТЬ ЕФЕКТИВНОЇ РОБОТИ ОРГАНІЗАЦІЇ

Anna Zelena, Yuriy Vovk

CREATIVE ENVIRONMENT AS A NEED OF ORGANIZATION'S EFFECTIVE WORK

Сучасні підприємства, які функціонують у складному соціально-економічному середовищі, повинні постійно створювати та впроваджувати різного роду інновації, що забезпечують їх ефективну діяльність в ринковій економіці. Адже успіх економічного розвитку підприємства вирішальною мірою залежить від впровадження у його діяльність нововведень та, на цій основі формування конкурентних переваг. Тема розвитку креативного менеджменту є надзвичайно актуальною для сучасного українського суспільства, має велике значення, так як вихід України із кризи пов'язаний з упровадженням в життя загальноцивілізаційних засад управління, які базуються на нових підходах менеджменту.

Основною метою цієї діяльності є забезпечення конкурентних переваг підприємства, стабільності його прибутків та інтенсивного типу розвитку. Успішний креативний менеджмент дає змогу підприємству сформувати позитивний імідж, підвищити конкурентоспроможність, ефективніше використовувати обмежені ресурси, збільшити прибуток. Так, в більшості високорозвинутих країнах керівництво використовує саме креативні методи управління, що дозволяє домогтися більшої ефективності та результативності діяльності компаній.

Наявність людських ресурсів, здатних професійно вирішувати поставлені перед ними завдання є основним чинником конкурентоспроможності, економічного зростання та ефективності виробництва. Стрімке розширення інформаційно-технологічної сфери економіки, динаміка змін в усіх сферах життєдіяльності суспільства потребує працівників нового рівня.

Інтелектуалізація економіки збільшує залежність результатів діяльності підприємства від рівня розвитку його працівників. Сьогодні розвиток підприємства та його конкурентна позиція на ринку, в першу чергу, залежить від професіоналізму людей, які на ньому працюють.

Британські вчені опублікували дослідження, результати яких підтверджують, що рутинна робота в офісі вбиває креативність працівників. Тому сучасні фірми, чий прибуток безпосередньо залежить від креативності працівників роблять все можливе, щоб працівникам комфортніше працювалося. Це може бути різнобарвний інтер'єр, музика, кімнати відпочинку.

Кожен має добре знати закономірності стомлюваності, уміти правильно організувати свій відпочинок. Але у творчій роботі іноді буває інакше. Якщо виникають ускладнення, доводиться годинами та днями, а то й тижнями та місяцями займатися вирішенням якогось одного питання. Тоді потрібно відходити від теми, переключатися на іншу роботу, просто відпочивати. Часто після перепочинку рішення приходить майже відразу, ніби саме собою.

Отже, стимулювання творчості – це не тільки застосування спеціальних методів активізації розумової діяльності, а й організація умов праці, уважне та турботливе ставлення до працівників.

Наприклад, академік А. Ф. Іоффе висував такі вимоги до організації роботи:

- 1) добір у колектив талановитих людей, які прагнуть знань;
- 2) демократичність, простота й принциповість керівника;
- 3) відверте схвалення успішної праці підлеглих і вміння науково аргументувати, що вони щось зробили неправильно;
- 4) надання більшої самостійності підлеглим;
- 5) оптимальна чисельність колективу (не більше 12, краще - 3–6);
- 6) здорова конкуренція в колективі;
- 7) підтримка конструктивної критики з боку всіх членів колективу;
- 8) урахування кваліфікації, особливостей інтелектуальних здібностей і особистісної сумісності людей під час формування групи.

Творчий потенціал працівника містить у собі його адаптивні, креативні, інноваційні, евристичні здібності, знання, навички та вміння, що реалізуються у трудовій сфері. Креативні люди – це ті люди, які не бачать кордонів і умовностей. Вони чутливіші до змін в середовищі. Для них важливо, щоб їх не обмежували, важливий клімат в колективі, тому менеджер повинен знати все що робиться з його підлеглими.

Умови, які сприяють реалізації творчого потенціалу працівників:

- відчуття причетності до справ підприємства (лояльність);
- реальне виробниче самоуправління життям колективу;
- осмислення кожним робітником своєї ролі у спільній трудовій творчості;
- плановий характер креативного розвитку, принцип командності в роботі і в управлінні.

Традиції розвитку і заохочення творчості в праці продемонстрували свою життєздатність і ефективність, їх потрібно продовжувати і у нових умовах господарювання.

Шляхи розвитку творчого потенціалу працівників бувають дуже різними. Важливо вміти обирати ті з них, які відповідають специфіці кожної конкретної організації, її цілям та завданням, її кадровому складу. Не існує універсальних рецептів розвитку творчості у працівників – це завдання вимагає, в свою чергу, від управлінця творчого підходу та високого професіоналізму.

Тому, креативне середовище в організації є таким важливим і необхідним для ефективної роботи працівників. Адже воно працює як мотивація, стимул, що не може приносити користі як і працівнику, так і керівнику. Креативність завжди була основним джерелом розвитку суспільства. У кожному з нас закладено потенційні здібності, які при грамотному підході можна розкрити. Для цього необхідно створити сприятливий психологічний клімат у колективі. Людина може працювати творчо тільки там, де добре себе почуває, де якомога більше свободи і самостійності. Необхідно максимально задіяти знання і навички співробітників, надати їм можливість самореалізації. Особливо важлива мінімізація стресових ситуацій, їх запобігання або швидке вирішення проблеми.

Для розвитку креативності постійно потрібна нова інформація, яку можна отримати на конференціях, тренінгах та семінарах. Вдалі пропозиції та ідеї обов'язково повинні заохочуватися, бо для креативних людей дуже важлива оцінка їхньої праці іноді навіть важливіша, ніж матеріальні стимули. Роботодавець повинен чітко усвідомлювати, що креативність співробітників багато в чому дозволяє компанії залишатися конкурентоспроможною. Рівень креативності не визначається спадковими факторами, а формується під впливом середовища, більш того, він може змінюватися як в один, так і в інший бік протягом життя. Спади в креативності в основному пов'язані або з зменшенням її затребуваності, або зі стресовими ситуаціями.

УДК 339.13

Ольга Краузе

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

МЕТОДИ ПРОГНОЗУВАННЯ ПОПИТУ НА ПРОДУКЦІЮ АВТОМОБІЛЕБУДІВНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

Olga Krause

METHODS OF FORECASTING OF DEMAND FOR PRODUCTS OF AUTOMOBILE INDUSTRY

Застосування методів прогнозування є необхідною умовою для усвідомленого прийняття будь-яких рішень. Прогнози за періодом, на який вони розробляються, поділяються на оперативні, кон'юнктурні, коротко-, середньо- й довгострокові та перспективні.

За характером інформації, що використовується, методи і моделі прогнозування попиту поділяються на дві групи: 1) такі, що базуються на статистичних даних щодо реалізації товарів через торговельну мережу (торговельної статистики); 2) таких, що ґрунтуються на матеріалах бюджетної статистики, тобто вибіркові обстеження доходів і витрат домогосподарств.

Під методами прогнозування попиту розуміють сукупність прийомів і способів мислення, що дозволяють на основі ретроспективних даних, екзогенних і ендогенних зв'язків об'єкта прогнозування, а також їхніх змін вивести судження визначеної вірогідності щодо майбутнього його розвитку. Узагальнюючи опрацьовану літературу, пропонуємо згрупувати методи прогнозування попиту наступним чином:

1. Евристичні – методи, в яких переважають суб'єктивні основи:

– соціологічні – методи, що ґрунтуються на опитуванні покупців (кінцевих споживачів), виявленні їхніх думок і намірів;

– експертні методи – такі, що ґрунтуються на підборі та формуванні групи компетентних спеціалістів, які висловлюють свою думку на основі накопичених знань, досвіду, інтуїції, такі умовиводи розглядаються як експертне оцінка (метод «Оцінки торговельного персоналу», дослідження міркувань менеджерів, метод Дельфі);

2. Економіко-математичні – методи, в яких переважають об'єктивні основи:

– статистичні методи – моделювання (будується прогнозна модель, яка характеризує залежність досліджуваного параметра від ряду факторів); розрахунок коефіцієнту еластичності попиту; перехресна еластичність; метод рівня споживання; регресійні моделі; метод випереджального показника;

– спеціальні методи – трендові моделі в графічному або математичному вигляді (наприклад, метод екстраполяції (базується на вивченні попереднього досвіду, який проектується на майбутнє).

Прогнозування попиту шляхом опитування покупців (кінцевих споживачів) полягає у прямому опитуванні покупців щодо їхніх планів на придбання товару протягом визначеного періоду. Наміри здійснити покупку можуть розглядатися на двох рівнях: на загальному і на рівні певної товарної категорії. До групи методів експертних оцінок належить метод «Оцінки торговельного персоналу». Зазвичай торговельний персонал має доволі чітку уяву щодо потенціалу продаж, який їх забезпечують їх клієнти, крім того має можливість дати оцінку потенціалу ринку в цілому, принаймні на тій території, яку він обслуговує. Найпростіше запропонувати торговельним працівникам дати оцінку стосовно кожного товару, але не абстрактно, а виходячи з конкретних гіпотез щодо маркетингових зусиль в питаннях цін, рекламної підтримки та інше. Після цього менеджери служби збуту формулюють підсумкові оцінки, сумуючи оцінки всіх працівників. До групи методів експертних оцінок також належить дослідження міркувань менеджерів. Такий прогноз ґрунтується на баченні, інтуїції та

досвіді експерта. Менеджеру пропонують надати в міру можливості точну оцінку виходячи з наявної у нього інформації, із зазначенням, наприклад у формі ймовірних показників, ступеня точності або його впевненості в своїх оцінках. Цінність такого методу залежить від досвіду та інтуїції особи, яка формує прогноз.

Метод Дельфі дає можливість відмовитись від колективного обговорення, на зміну прямої дискусії приходить ретельно розроблена програма послідовних індивідуальних опитувань, що проводяться у вигляді анкетування. Такі заходи дають можливість уникнути впливу таких психологічних факторів, як приєднання до думки більшості або приєднання до думки найбільш авторитетного експерта.

Процедури, що використовуються при реалізації методу Дельфі, характеризуються трьома основними особливостями: анонімність; регульований зворотній зв'язок; статистична обробка результатів групової відповіді. Серед статистичних методів прогнозування попиту найбільш поширеним і розробленим є метод екстраполяції. Метод екстраполяції належить до формалізованих методів прогнозування, тобто базується на аналітичних сітках, що містять рівняння, які репрезентують сукупний попит. За допомогою даного методу розраховується розвиток кількісних і якісних показників в майбутньому періоді. Дослідження проводяться на основі статистичних даних закономірностей і тенденцій економічних явищ з припущенням, що незмінні чинники при розвитку даного явища у минулому зберігатимуться і у майбутньому. При прогнозуванні за допомогою екстраполяції виходять з тенденцій зміни тих чи інших кількісних характеристик досліджуваного об'єкта.

До статистичних методів прогнозування попиту належить також метод рівня споживання. Даний метод дозволяє розрахувати рівень споживання на основі стандартних, чітко визначених коефіцієнтів. Метод можна застосовувати за умови, якщо даний товар є продуктом кінцевого споживання. Наприклад, попит на автомобілі може оцінюватися за допомогою показника кількості машин на кожні 1 000 осіб населення або за допомогою коефіцієнтів, які відображають кількість машин, що припадає на одного представника конкретної групи, наприклад групи людей з визначеним доходом, на один промисловий підрозділ тощо. якщо відома загальна потреба в автомобілях, то поточний попит оцінюється як різниця між цими показниками і поточною величиною автомобільного парку. До останнього показника можна також віднести величину потреб в заміні машин.

При використанні методів регресійного аналізу прогноз формується на основі рівняння залежності між прогнозованою (залежною) і пояснювальною змінними. Використовуючи наявні вихідні дані, можна перевіряти різноманітні комбінації незалежних змінних до тих пір, доки не буде отримано точне прогнозне рівняння.

До спеціальних методів прогнозування належить метод екстраполяції. Мета прогнозу з використанням методу екстраполяція полягає у визначенні результатів, до якого можна дійти у майбутньому, якщо рухатись з тією самою швидкістю або прискоренням, що й у минулому. Прогноз визначає очікувані варіанти розвитку споживчого попиту виходячи з гіпотези, що основні фактори і тенденції попереднього періоду збережуться на прогнозований період або що можна обґрунтувати і врахувати напрямок їхніх змін на досліджувану перспективу.

Метод екстраполяції при формуванні прогнозу застосовується при вивченні часових рядів. Використання даного методу є неприйнятним для довгострокового періоду, оскільки припущення про незмінність факторів, які визначають тенденції розвитку, не можна поширити на тривалий період. Опрацювавши дане питання можна стверджувати про важливість прогнозування попиту та різноманітність його методів. Вибір методу прогнозування залежить від багатьох обставин: специфіки продукту, на який вивчається попит; періоду прогнозування; наявності необхідної інформації; рівня кваліфікації фахівця, що формує прогноз. Статистичні і спеціальні методи слід використовувати за умови достатності статистичних даних. При відсутності необхідної інформації базою для прогнозів можуть слугувати судження експертів.

УДК 614.78

Оксана Попадюк, Віктор Паляниця

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

МОЖЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ НЕТРАДИЦІЙНИХ ДЖЕРЕЛ ЕНЕРГІЇ НА ТЕРНОПІЛЬЩИНІ

Oksana Popadiuk, Victor Palianytsia

THE POSSIBILITY OF THE ALTERNATIVE ENERGY SOURCES USE IN TERNOPIL REGION

Непевність економічної ситуації в країні та постійне підвищення вартості паливно-енергетичних ресурсів негативно відбиваються на житті людей, діяльності підприємств та добробуті цілих регіонів. Питання енергетичної незалежності гостро постає уже роками по всьому світу. Мільярди грошей виділяються на пошуки нових рішень не лише стосовно економії витрат електроенергії, а й стосовно можливості використання альтернативних та відновлюваних джерел енергії. Десятки міст світу вже впровадили гігантські програти в галузі альтернативної енергетики. Серед них варто відмітити: Solarskilift Tenna – Швейцарський лижний підйомник, що живиться від сонячних батарей, на ТЕЦ Eesti Energia (Естонія) завдяки заводу по спалюванню сміття збільшив потужність ТЕЦ на 10% (до цього вона виробляла 648 МВт тепла і 190 МВт електроенергії), компанія Solar Roadways з Айдахо (США) пропонує перетворити американські шосе і автобани на сонячні електростанції, сонце і вітер дають Німеччині 17% всієї споживаної енергії, а якщо додати до цієї статистики гідроелектростанції, а також станції, які працюють на біомасі, вийде, що поновлювані джерела забезпечують країну енергією на 31% [3]. Україна теж намагається робити кроки для зацікавлення підприємців та інвесторів до впровадження проектів альтернативної енергетики на території нашої держави. Так відповідно до ст. 9 Закону України «Про альтернативні джерела енергії» для стимулювання виробництва та споживання енергії, виробленої з альтернативних джерел, застосовуються економічні важелі і стимули, передбачені законодавством про енергозбереження та охорону довкілля, з метою розширення використання альтернативних джерел енергії [1].

Національний інститут стратегічних досліджень при Президентові України активно працює над співставленням світових практик з природними та економічними можливостями України. Серед пріоритетних видів нетрадиційних та відновлюваних джерел енергії, які вже в дійсний час можуть успішно розвиватись, можна назвати біоенергетику, вітрову, малу гідроенергетику, сонячну та геотермальну енергетику. Значну перспективу має використання низькопотенційної енергії довкілля перетвореної до високопотенційної за допомогою теплових насосів. В більш далекій перспективі Україна може перейти до водневої економіки яка розглядається у світі як основа майбутньої технологічної революції. Для цього вже сьогодні Україні потрібно проводити відповідні наукові дослідження та розробляти водневі технології, тим більш, що напрацювання українських науковців в цій сфері є досить суттєвими. Тернопільщина дозволяє замінити 41,4% органічного палива за рахунок відновлюваних джерел енергії (Таблиця 1) [4]. Основну частину складає використання енергії біомаси та теплової енергії ґрунту та ґрунтових вод. Клімат області дозволяє активно впроваджувати використання енергії сонця, адже ми маємо 1690—1850 годин сонця на рік (для прикладу - жителям Амстердаму дістається лише 1580 годин сонця в рік. Тим не менше, минулого року Нідерланди збільшили потужність сонячної енергії в країні на рекордні 80%) [2].

Таблиця 1

Технічно досяжний енергетичний потенціал нетрадиційних та відновлюваних джерел енергії в перерахунку на умовне паливо (млн. т у. п.) та обсяги заміщення ПЕР

| № з/п | Області | Сонячна енергетика | Геотермальна енергетика | Мала гідроенергетика | Енергія біомаси | Теплова енергія стічних вод | Теплова енергія ґрунту та ґрунтових вод | Всього по областях | Споживання орг. палива | | % заміщення орг. палива за рахунок ВДЕ |
|--------|-------------------|--------------------|-------------------------|----------------------|-----------------|-----------------------------|---|--------------------|------------------------|--------|--|
| | | | | | | | | | Комунальний сектор | Всього | |
| 1. | АР Крим | 0,39 | 0,68 | 0,05 | 0,59 | 0,16 | 0,35 | 2,22 | 0,133 | 2,193 | 101,2 |
| 2. | Вінницька | 0,25 | 0 | 0,09 | 1,08 | 0,08 | 0,42 | 1,91 | 0,097 | 7,777 | 24,8 |
| 3. | Волинська | 0,18 | 0 | 0,03 | 0,29 | 0,05 | 0,29 | 0,84 | 0,054 | 3,064 | 27,4 |
| 4. | Дніпропетровська | 0,32 | 0 | 0,03 | 1,90 | 0,59 | 1,36 | 4,20 | 0,203 | 27,023 | 15,54 |
| 5. | Донецька | 0,27 | 0 | 0,05 | 1,16 | 0,50 | 1,36 | 3,34 | 0,285 | 33,795 | 9,88 |
| 6. | Житомирська | 0,26 | 0 | 0,09 | 0,38 | 0,06 | 0,30 | 1,09 | 0,079 | 2,399 | 45,4 |
| 7. | Закарпатська | 0,13 | 7,40 | 1,05 | 0,21 | 0,05 | 0,45 | 9,29 | 0,065 | 1,175 | 79,6 |
| 8. | Запорізька | 0,28 | 0 | 0,03 | 1,13 | 0,19 | 0,34 | 1,97 | 0,108 | 14,568 | 13,5 |
| 9. | Івано-Франківська | 0,13 | 0,51 | 0,09 | 0,17 | 0,11 | 0,49 | 1,50 | 0,076 | 6,916 | 21,7 |
| 10. | Київська | 0,26 | 0 | 0,06 | 1,02 | 0,63 | 1,14 | 3,11 | 0,258 | 16,458 | 18,9 |
| 11. | Кіровоградська | 0,23 | 0 | 0,04 | 1,26 | 0,06 | 0,33 | 1,91 | 0,065 | 2,855 | 66,9 |
| 12. | Луганська | 0,27 | 0 | 0,10 | 1,11 | 0,16 | 0,93 | 2,57 | 0,150 | 10,630 | 24,2 |
| 13. | Львівська | 0,22 | 0,45 | 0,42 | 0,41 | 0,32 | 1,05 | 2,87 | 0,144 | 8,604 | 33,4 |
| 14. | Миколаївська | 0,26 | 0 | 0,04 | 0,97 | 0,08 | 0,30 | 1,65 | 0,070 | 5,22 | 31,6 |
| 15. | Одеська | 0,37 | 0 | 0,01 | 0,42 | 0,21 | 0,35 | 1,37 | 0,136 | 7,046 | 19,4 |
| 16. | Полтавська | 0,26 | 0,39 | 0,09 | 1,43 | 0,11 | 0,81 | 3,08 | 0,092 | 10,492 | 29,4 |
| 17. | Рівненська | 0,17 | 0 | 0,08 | 0,36 | 0,06 | 0,27 | 0,95 | 0,062 | 2,282 | 41,6 |
| 18. | Сумська | 0,22 | 0,96 | 0,08 | 0,79 | 0,06 | 0,40 | 2,50 | 0,072 | 5,122 | 48,8 |
| 19. | Тернопільська | 0,15 | 0 | 0,09 | 0,44 | 0,05 | 0,34 | 1,06 | 0,060 | 2,560 | 41,4 |
| 20. | Харківська | 0,29 | 0,37 | 0,06 | 1,69 | 0,35 | 1,07 | 3,82 | 0,168 | 15,298 | 25,0 |
| 21. | Херсонська | 0,31 | 0 | 0,01 | 1,09 | 0,06 | 0,23 | 1,69 | 0,065 | 3,455 | 48,9 |
| 22. | Хмельницька | 0,20 | 0 | 0,07 | 0,79 | 0,07 | 0,39 | 1,52 | 0,079 | 2,579 | 58,9 |
| 23. | Черкаська | 0,21 | 0 | 0,09 | 0,36 | 0,10 | 0,38 | 1,13 | 0,079 | 4,819 | 23,5 |
| 24. | Чернівецька | 0,09 | 0 | 0,21 | 0,29 | 0,03 | 0,19 | 0,81 | 0,048 | 1,348 | 60,1 |
| 25. | Чернігівська | 0,28 | 1,24 | 0,04 | 0,66 | 0,06 | 0,35 | 2,62 | 0,072 | 3,672 | 71,4 |
| Всього | | 6,00 | 12,00 | 3,00 | 20,00 | 4,2 | 13,89 | 59,09 | 59,02 | 202,07 | 29,2 |

Тернопільщина є досить інвестиційно-привабливим регіоном, її природно-кліматичний потенціал дозволяє впровадити майже будь-який з вище згаданих проєктів світової практики, єдине за чим постає питання – законодавча база. Навіть найсміливіший проєкт з отримання енергії за рахунок спалювання сміття є величезним шансом для нашої області вирішити одночасно дві проблеми: зниження витрат на енергозабезпечення та утилізацію відходів. Доречі, саме утилізація сміття вже кілька років гостро непокоїть жителів обласного центру, а створення заводу дозволить вирішити це питання з користю як для громади області, так і для влади.

Мабуть чи не найголовнішим зараз є стимулювання наукової діяльності у даній сфері та залучення провідних спеціалістів області, і не тільки, до роботи над проєктами в галузі альтернативної енергетики. Найперспективніші проєкти повинні бути втілені в життя, проте тут уже потрібна неабияка підтримка як інвесторів так і місцевої влади, а також спрощення з боку законодавства. Головним завданням залишається правильно поєднати світовий досвід з власними можливостями і результат не змусить себе чекати.

Література:

1. Про альтернативні джерела енергії [Електронний ресурс] : закон України [прийнято Верхов. Радою 20 лютого 2003 р. № 555-IV]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/555-15>
2. Боднар Ю. Енергія великих міст: як Амстердам позбувається енергозалежності [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://pb.platfor.ma/amsterdam-energy> - Назва з екрану.
3. Шевцов А. Нетрадиційні та відновлювані джерела енергії в Україні у світлі нових європейських ініціатив [Електронний ресурс] – Регіональний філіал НІСД у м. Дніпропетровську / А. Шевцов, М. Земляний, Т. Рязова. – Режим доступу : <http://old.niss.gov.ua/Monitor/november08/2.htm>
4. Екологія життя. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.eco-live.com.ua>- Назва з екрану

УДК 330

Галина Нагорняк, Дмитро Усятицький

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ВИЗНАЧЕННЯ ФАКТОРІВ ВПЛИВУ НА ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНУ ДІЯЛЬНІСТЬ АГРОПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

Galina Nahorniak, Dmitro Usyatytsky

DETERMINING OF INFLUENCE FACTORS ON INNOVATIVE AND INVESTMENT ACTIVITY OF AGROINDUSTRIAL COMPANIES OF UKRAINE

Посилення конкуренції на ринку, стрімка глобалізація та кризові тенденції економічних процесів обумовили високу нестабільність оточення економічних суб'єктів АПК. Суттєвим фактором, що впливає на ефективність інноваційно-інвестиційної діяльності в агропромисловому виробництві, вважається фактор ризику. Посилення турбулентності економічного простору вимагає від економічних суб'єктів постійного моніторингу та аналізу таких змін, що дає можливість заздалегідь розробити альтернативні моделі поведінки та максимально ефективно адаптуватися до нових умов функціонування.

Динамічний розвиток та зміни внутрішньої конфігурації суб'єкта господарювання здійснюється у процесі перманентної взаємодії його з оточуючим середовищем. Тому, в умовах ринкової економіки значний вплив на інноваційно-інвестиційну діяльність в агропромисловому виробництві має характер середовища її функціонування. Він визначається зміною інформаційних, матеріальних, фінансових та інших ризиків, що забезпечують життєдіяльність економічних суб'єктів та їх взаємодію з іншими учасниками ринку. Категорію “ризик” варто визначити як небезпеку потенційно можливої, ймовірної втрати фінансових ресурсів чи недоотримання доходів порівняно з варіантом, який розраховує на раціональне використання фінансових ресурсів при певному виді підприємницької діяльності. Для розуміння природи економічного ризику фундаментальне значення має зв'язок ризику та прибутку. Більш високий ризик пов'язаний з імовірністю більш високого прибутку. Іншими словами, ризик – це загроза того, що економічний суб'єкт понесе втрати у вигляді додаткових видатків чи отримає доходи, нижчі, ніж ті, на які розраховує.

Стан інноваційно-інвестиційної діяльності в агропромисловому виробництві характеризується нині двома наступними тенденціями. По-перше, простежується факт зростання більшості параметрів цього процесу, по-друге, наявна позитивна динаміка щодо збільшення витрат на інновації та зростання кількості інноваційно активних суб'єктів, яка практично не мала належного відображення у перебігові процесу впровадження інновацій, зокрема нових технологічних процесів та нових видів продукції. Попит та обсяги аграрного ринку помітно зменшились. Банки перестали надавати кредити. Крім того, державна підтримка агропромислового виробництва залишається істотною перепорою у відносинах Україна – СОТ, оскільки більшість преференцій, що надавалися раніше, стали несумісними з умовами Світової організації торгівлі. Участь України у цій міжнародній організації у короткостроковій перспективі призведе до скорочення вітчизняного виробництва та експорту. Важливими чинниками спаду інноваційно-інвестиційної діяльності в агропромисловому виробництві можна вважати: продовження економічної рецесії; недосконалість та неефективність банківського кредитування; зниження платоспроможного попиту населення; поступове вичерпання у інвесторів довіри, невизначеність щодо політичної та економічної

ситуації після виборів. Із процесами подолання наслідків фінансової кризи 2008 р. та пристосування України до умов СОТ для вітчизняних економічних суб'єктів АПК розпочинається критично важливий період, коли, по суті, визначатиметься їх подальша доля та виявлення ризиків, а також відпрацювання ефективних фінансових стратегій щодо їх мінімізації у площині інноваційно-інвестиційної діяльності в агропромисловому виробництві є першочерговим завданням. Підприємствам АПК притаманні певні особливості їх функціонування, які підвищують рівень ризику, зокрема довгий період виробництва. Порівняно з іншими галузями, які мають також великий період виробництва, підприємства АПК знаходяться у більш несприятливих умовах, оскільки на всю продукцію не укладаються контракти до початку її виробництва. Технологічний процес в агропромисловому виробництві жорстко обмежений часовими межами. Підприємствам АПК у багатьох випадках неможливо різко збільшити обсяги виробництва. Крім того, виникають додаткові витрати у зв'язку з потребою захисту авторських прав, закупівлі нових інноваційних технологій тощо.

За ринкових умов підприємствам АПК доводиться мати справу переважно з ризиками високого рівня динамічності та невизначеності, які складаються з багатьох елементів і залежать від численних факторів, тому вони здебільшого стохастичні, дискретні і характеризуються високою турбулентністю. Таким чином, умови інноваційно-інвестиційної діяльності в агропромисловому виробництві у сучасній економіці стають дедалі складнішими, кількість факторів, які впливають на їх результативність, все збільшується. Одні з них є зовнішніми відносно економічних суб'єктів, а інші внутрішніми. До основних зовнішніх факторів, які впливають на рівень економічного ризику інноваційно-інвестиційної діяльності в агропромисловому виробництві, належать: законодавство, податкова система, непередбачені дії органів державного управління, конкуренція та дії партнерів, політико-економічна ситуація в країні, економічний стан галузі, міжнародні події, корупція та організована злочинність. Варто зазначити, що з кожним роком збільшується число зовнішніх факторів, що впливають на рівень ризику і потребують урахування при інноваційно-інвестиційній діяльності в агропромисловому виробництві. Не менш численними є і внутрішні фактори. Варто виокремити наступні чотири групи факторів: інноваційно-інвестиційна стратегія економічного суб'єкта; принципи діяльності інноваційно-інвестиційної діяльності в агропромисловому виробництві; обсяги інвестиційних ресурсів та напрями їх використання; якість та рівень маркетингу.

У процесі управління ризиком особливий інтерес викликає механізм оцінки економічного ризику, за яким розраховується ризик, який впливає на результати інноваційно-інвестиційної діяльності в агропромисловому виробництві. В абсолютному виразі ризик може визначатися величиною можливих втрат у матеріальному й грошовому виразі. У відносному – ризик визначається як величина можливих втрат, віднесених до деякої бази (майнового стану, прибутку). Останнім часом політичні, економічні, соціальні процеси як у аграрній сфері, так і в Україні загалом стають більш складними та невизначеними – відбувається посилення рівня ризику. Відповідно, змінюється середовище діяльності підприємств АПК, ринок з конкурентного перетворюється на гіперконкурентний та висуває все складніші і складніші завдання, що полягають у задоволенні більш високого рівня вимог до товарів і послуг з боку споживачів, мінімізації витрат, оптимізації процесів виробництва, створенні та утриманні конкурентних переваг. Посилення ризиковості середовища інноваційно-інвестиційної діяльності в агропромисловому виробництві спричинене стрімким розвитком науки, техніки, бізнес-процесів та ринкових механізмів.

УДК 341.1

Емілія Різник, Людмила Малюта

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ОСОБЛИВОСТІ ІНВЕСТУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Emilia Riznuk, Ludmyla Maliuta

FEATURES OF INNOVATIVE PROJECTS INVESTMENT IN INDUSTRIAL ENTERPRISES

Майбутнє економічне зростання нашої держави може бути забезпечене лише сталим розвитком і техніко-технологічним оновленням вітчизняних промислових підприємств. З огляду на це, надалі актуальними залишаються питання інноваційної активності суб'єктів господарювання. Проте, активна інноваційна діяльність потребує значних фінансових ресурсів, які не завжди є у розпорядженні підприємства. Це зумовлює значний відрив вітчизняних підприємств у розвитку виробничої сфери, і, як наслідок, знижує їх конкурентоспроможність.

Низький рівень конкурентоспроможності вітчизняної продукції пояснюється, у тому числі і як результат недостатнього обсягу інвестицій у інноваційні проекти, у розробку і впровадження інноваційних ідей.

Під інноваційним проектом розуміється комплекс усіх необхідних заходів щодо створення і реалізації інноваційного продукту на ринок. А інвестиційний проект – це сукупність цілеспрямованих організаційно-правових, управлінських, аналітичних, фінансових та інженерно-технічних заходів, які здійснюються суб'єктами інвестиційної діяльності та оформлені у вигляді планово-розрахункових документів, необхідних для обґрунтування, організації та управління роботами з реалізації проекту.

В Україні останнім часом спостерігається негативна тенденція, щодо обсягів залучення інвестицій в інноваційну діяльність. Загалом, інноваційна активність вітчизняних товаровиробників характеризується нестабільністю інвестицій у дану сферу. Це пов'язано з дією різних чинників, які умовно науковці поділяють на три групи – економічні, виробничі та правові.

До економічних факторів можна віднести наступні: нестача власних коштів; недостатня фінансова підтримка держави; великі витрати на нововведення; високий економічний ризик; тривалий термін окупності нововведень; низький платоспроможний попит на продукцію; нерозвиненість фінансового ринку і неготовність капіталу до широкого інвестування в інноваційну сферу.

До виробничих факторів слід віднести такі: нестача інформації про нові технології; відсутність можливості для кооперації з іншими підприємствами та науковими організаціями; незавершений характер дослідницьких робіт; несприйнятливність підприємств до нововведень; відсутність кваліфікованого управління інноваційними процесами, спрямованого на підвищення якості продукції, отримання конкурентних переваг; поглиблена сировинна орієнтація вітчизняних підприємств.

Серед правових факторів виділяють наступні: недосконалість інструментів правового регулювання інноваційної діяльності, особливо у сфері захисту прав інтелектуальної власності; відсутність оптимального рівня оподаткування тощо.

Інноваційну активність підприємств можна проаналізувати за наступними показниками:

— питома вага підприємств, що впроваджували інновації (у розрізі напрямів інноваційної діяльності);

- питома вага реалізованої інноваційної продукції в обсязі промислової;
- кількість освоєних інноваційних видів продукції (у тому числі нових видів техніки);
- кількість впроваджених нових технологічних процесів (у тому числі маловідходних та ресурсозберігаючих).

Підвищення інноваційної активності промислових підприємств потребує привабливих умов для створення сприятливого інвестиційного клімату і передбачає наступні заходи:

- розвиток правових основ інвестиційної та інноваційної діяльності підприємств в Україні з метою створення ефективного правового механізму гарантій захисту інвестицій;
- стабілізація та розвиток економічних процесів в окремих промислових регіонах та в країні в цілому з метою сприяння розвитку банківської системи;
- сприяння розвитку інноваційної та інвестиційної інфраструктури (фондових, товарних та універсальних бірж, депозитаріїв, інститутів спільного інвестування, інноваційних та інвестиційних фондів, технопарків, страхових компаній, науково-консультаційних центрів тощо);
- реформа податкової системи та поетапне зниження податкового навантаження;
- державна фінансова підтримка інноваційних проектів, що пройшли відбір за встановленими критеріями.

Для стимулювання інноваційної діяльності у промисловості необхідно: мотивувати працівників до інноваційної діяльності, це може відбуватися у вигляді премій до заробітної плати чи відсотка від величини економічного ефекту, який приніс підприємству даний винахід. Крім цього, важливим завданням є зниження рівня міграції вчених шляхом створення сприятливих умов для нових винаходів і технологій. Доцільно також запровадити тісну співпрацю з іноземними підприємствами щодо обміну досвідом (наприклад, у проектах спільного бенчмаркінгу); активізувати діяльність технопарків шляхом державної підтримки; розширити практику надання інноваційним підприємствам середньострокових кредитів і зниження відсоткової ставки.

Україні необхідно перейняти зарубіжний досвід державної підтримки і стимулювання інноваційної діяльності у розвинених країнах. Так, наприклад, у США нараховують більше сотні пільг, що активізують науково-технічний процес. Головна перевага податкової підтримки полягає у тому, що пільги надаються не авансом, а як заохочення за реальну інновацію, адже сума недоотриманих у виді податків коштів приблизно відповідає внескам фірм в інноваційний процес. Головний принцип західної системи полягає в тому, що податкові пільги надається не науковим організаціям, а підприємствам та інвесторам. Синергетичний ефект від наданих пільг і конкурентних умов відбору інноваційних проектів забезпечують високий попит на дослідження та інновації.

Також одним із головних інструментів державного регулювання інноваційно-інвестиційних проектів є амортизаційна політика. Визначення оптимальних норм і видів амортизації – одне з найважливіших завдань держави.

Таким чином, вітчизняним підприємствам життєво необхідно впроваджувати інновації, оскільки їх матеріально-технічне забезпечення досягнуло критичної межі. Зазначені вище заходи не тільки покращать ситуацію у виробничій сфері, а й активізують соціальну політику, що сприятиме створенню нових робочих місць, збільшенню податкових надходжень до державного бюджету тощо.

УДК 658.5: 339.13

Ірина Струтинська

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ПОГЛЯД НА ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЮ РЕГІОНІВ КРАЇНИ

Iryna Strutynska

LOOK AT REGIONS DECENTRALIZATION OF THE COUNTRY

Розвиток регіонів України на сучасному етапі ринкових реформ зіткнувся з низкою об'єктивних і суб'єктивних чинників, що зумовили його розбалансований, асиметричний та диспропорційний характер [1]. Різний розвиток регіонів України є наслідком багатьох чинників, ключовим із них вважаємо регіональну специфіку, а саме в чому регіон країни є сильніший і, що саме повинен розвивати. Водночас, дана специфіка кожного із регіонів в кінцевому результаті повинна сприяти досягненню загальних національних інтересів країни. До сьогоднішнього дня існувала така політика держави, що більш «слабші» суб'єкти держави, тобто деякі із регіонів нашої країни, які відставали в розвитку економіки з тих чи інших історичних причин, вважалися дотаційними. Дана проблема вирішувалася на основі трансферів, субсидій, субвенцій, так званих дотацій, що отримувались із центру.

Дотація (від лат. Dotatio – дар, пожертва) – доплата з державного бюджету задля збалансування бюджетів нижчих рівнів; різновид субсидії. Дотація – це безвідплатна, безповоротна допомога з бюджету вищого рівня бюджету нижчого, яка не має цільового характеру та надається у випадку перевищення видатків над доходами [2]. Дотування одних регіонів за рахунок інших - звичайна для світової практики ситуація. Отже, для України, яка є унітарною державою абсолютно нормальний постійний розподіл ресурсів між регіонами. Правда, тут є одне «але». Справа в тому, що практично у всьому світі бюджетні дотації направлені на те, щоб підтягнути економіку депресивних регіонів і в майбутньому зменшити їх потребу в дотаціях.

В Україні все відбувається з точністю до навпаки. За рідкісним винятком обсяг дотацій визначається не структурними проектами, а сьогочасної політичною кон'юнктурою. Саме тому дотепер, вплив держави на регулювання цих регіональних диспропорцій у розвитку відбувався «штучно» та централізовано – через надання прямої або опосередкованої підтримки окремим регіонам, що вважалися дотаційними.

Так у 2014 році лабораторією законодавчих ініціатив були названі найбільш дотаційні регіони України – Донецьк, Київ та Луганська область. Саме вони отримали найбільше бюджетних субсидій та трансфертів (табл. 1) [3].

Таблиця 1

Розподіл дотацій по регіонах України

| Область | Всього перелічено в державний бюджет, млрд. грн.. | Всього отримано із державного бюджету, млрд. грн.. | Профіцит/дефіцит, млрд. грн.. | Профіцит/дефіцит на душу населення, грн.. |
|------------------|---|--|-------------------------------|---|
| Донецька | 3,85 | 13,09 | -9,25 | - 2126 |
| м. Київ | 50,63 | 62,27 | -11,74 | - 4072 |
| Луганськ | 4,35 | 9,42 | -5,07 | -2262 |
| Полтавська | 9,60 | 4,12 | 5,48 | 3757 |
| Харківська | 10,38 | 3,48 | 6,90 | 2520 |
| Дніпропетровська | 15,03 | 8,85 | 6,19 | 1878 |
| Сумська | 2,61 | 1,63 | 0,98 | 865 |
| Черкаська | 2,18 | 1,97 | 0,21 | 168 |
| Львівська | 4,70 | 4,34 | 0,36 | 140 |
| Рівненська | 1,96 | 1,97 | -0,01 | -7 |
| Житомирська | 3,24 | 3,54 | -0,30 | -235 |

| | | | | |
|---------------------------|------|------|-------|-------|
| Чернівецька | 0,82 | 1,08 | -0,26 | -284 |
| Хмельницька | 0,97 | 1,42 | -0,45 | -343 |
| Херсонська | 1,0 | 1,40 | -0,40 | -376 |
| Одеська | 1,85 | 3,30 | -1,46 | -609 |
| Чернігівська | 1,73 | 2,52 | -0,78 | -731 |
| Київська | 2,16 | 3,49 | -1,33 | -770 |
| Запорізька | 1,77 | 4,07 | -2,30 | -1297 |
| Вінницька | 1,63 | 3,98 | -2,35 | -1452 |
| Миколаївська | 0,80 | 2,82 | -2,02 | -1727 |
| Автономна Республіка Крим | 1,94 | 5,72 | -3,78 | -1919 |
| Кіровоградська | 0,23 | 2,24 | -2,01 | -2032 |
| Івано-Франківська | 0,27 | 3,41 | -3,14 | -2272 |
| Волинська | 1,47 | 4,32 | -2,85 | -2738 |
| Тернопільська | 0,92 | 4,36 | -3,45 | -3207 |
| Закарпатська | 0,98 | 5,51 | -4,53 | -3604 |

Даний абсурдний розподіл дотацій призвів до розпаду нормальних зв'язків із сусідніми регіонами та обумовило послаблену цілісність України, а саме штучно поглибило і так диспропорційний характер розвитку між регіонами Заходу і Сходу. З огляду на це вважаємо, що для рішення даної проблематики необхідно науково обґрунтований підхід який би стимулював стійкий розвиток регіонів. Даний підхід повинен базуватися на впровадженні чіткого і прозорого механізму вирівнювання регіональних диспропорцій на засадах мотивації все стороннього синергізму шляхом підвищення сильних сторін регіонів в наслідок чого підвищилась би конкурентоспроможність даних регіонів країни. Тобто необхідно оптимально ефективно використовувати специфіку та внутрішній потенціал регіону для прискорених темпів економічного зростання. Вважаємо, що ініціатива теперішнього уряду А. Яценюка щодо децентралізації влади цьому неабияк сприятиме. Принаймні, регіонам не потрібно буде спочатку відправляти більшу частину своїх доходів в центр, щоб потім чекати їх повернення. Таким чином будуть створені стимули для того, щоб заробляти більше, адже зароблені гроші залишатимуться в їх розпорядженні.

На нашу думку настав той час, коли не потрібно чекати щоб хтось надав допомогу, адже такі очікування не спонукають до дії. Вважаємо, що місцевим чи обласним органам влади на місцях необхідно все брати у свої руки і діяти негайно. Адже, нині стало закономірним, те, що конкурентні переваги отримує той регіон, який сформував стратегічний потенціал та забезпечив його ефективно використання. Вочевидь, засобом забезпечення сталого регіонального розвитку є підготовка та впровадження обґрунтованої стратегії розвитку регіону. Загалом, вважаємо, що кожен регіон повинен чітко виокремити свої сильні сторони і вести політику щодо активного їх розвитку. Проте потрібно зазначити те, що виявлення цих сильних сторін, акцентів повинні бути здійснені не тільки органами виконавчої влади конкретного регіону, а спільними силами усіх зацікавлених сторін і компетентних осіб у процесі регіонального планування та реалізації планів розвитку відповідно до їх компетенцій.

Література:

1. Струтинська І.В. Становлення та розвиток логістичних центрів як чинник економічної стабілізації підприємств автомобілебудівної галузі: дис.кандидата економічних наук: 08.00.04 / Струтинська Ірина Володимирівна. – Тернопіль, 2011. – 263 с.
2. <http://uk.wikipedia.org/wiki/Дотація>
3. <http://nashigroshi.org/2014/01/21/rejtynh-rehioniv-hoduvalnykiv-ukrajiny-napershomu-mistsi-poltavschnyna/>

УДК 330.3, 342.1, 351

Уляна Митник, Богдан Андрушків

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ІННОВАЦІЙНО-ПРАВОВІ КОЛІЗІЇ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

Ulyana Mytnyk, Bogdan Andrushkiv

INNOVATIVE AND LEGAL COLLISIONS OF THE DEVELOPMENT OF NATIONAL ECONOMY

Державна політика в Україні спрямована, в першу чергу, на розвиток Євроінтеграційних процесів безпосереднє зміцнення внутрішніх і зовнішніх зв'язків між суб'єктами господарювання, налагодження їх взаємодії у міжнародному плані.

Набір методів і засобів реалізації державної адаптивно-трансформаційної політики на суб'єктах господарювання досить широкий. Він включає, крім усього, різні державні заходи, які стимулюють їх активність у сфері виробництва, бізнесу, соціального розвитку; задля створення сприятливих умов та коригування податкового, патентно-ліцензійного законодавства; амортизаційних відрахувань; регулювання обміну технологіями; системи контрактних взаємовідносин; зняття обмежень щодо охорони навколишнього середовища, антирейдерського законодавства; різні форми підтримки міжорганізаційної кооперації та малого інноваційного бізнесу на міні-, максі- і мезорівнях.

Виходячи з територіальної, галузевої та структурної неоднорідності науково-технічного потенціалу України, при формуванні концепції адаптивно-трансформаційних процесів необхідно враховувати різні моделі розвитку економік, а саме: «світового співробітництва», «державної підтримки інноваційних реформ», «локального інноваційного середовища», «міжгалузевих наукових технічних комплексів», модель СНД, засновану на науково-технічному співробітництві, «активної дифузії інновацій», розвитку адаптивно-трансформаційних процесів у сфері норм, законів інших правових державних актів у Європейських контекстах. Державна політика України має орієнтуватися на них залежно від стану науково-технічного потенціалу і конкретних проблем, що постають як перед суспільством, так і безпосередньо підприємствами та суб'єктами господарювання. Всі вони повинні бути скеровані на вимоги цивілізованого світу на Європейські стандарти, і власне це обумовлює необхідність адаптації до них вітчизняного законодавства.

Відповідно до положень Загальнодержавної програми адаптації законодавства України до законодавства Європейського Союзу, процес повинен складатися з семи етапів. Організація їх реалізації повинна здійснюватися у такій послідовності:

- визначення актів *acquis communautaire*, що регулюють правовідносини у відповідній сфері;
- переклад визначених актів європейського законодавства українською мовою;
- здійснення комплексного порівняльного аналізу;
- розроблення рекомендацій стосовно гармонізації законодавства України з *acquis communautaire*;
- проведення політичного, економічного та соціального аналізу наслідків реалізації рекомендацій; визначення переліку законопроектних робіт;
- підготовка проектів законів та інших нормативно-правових актів, включених до переліку законопроектних робіт, та їх прийняття;
- моніторинг виконання ін.

У 2014 р. Верховна Рада України ратифікувала рішення Уряду України вступити

до Європейського Союзу. Ці та інші обставини обумовили необхідність активізації інноваційних та адаптаційно-трансформаційних процесів у нормативно-законодавчій сфері функціонування суб'єктів господарювання нашої держави.

Необхідними є заходи із активізації інноваційного потенціалу.

Тим часом не багато учених-правовиків, у силу відсутності фінансування, відляють увагу цим проблемам.

Потребує вивчення питання визначення завдань та необхідних заходів для перетворення промисловості на конкурентоспроможну інноваційну галузь.

На базі підслідних підприємств встановлено, що головним спонукальним механізмом розвитку всіх видів інновацій є конкуренція. Крім того, є ще багато чинників, які сприяють або протидіють розвитку інноваційних процесів, а саме:

-економічні: відсутність або наявність коштів для фінансування інноваційно-інвестиційних проектів. У першому випадку вплив буде негативним, у другому – позитивним; технологічні: недостатній розвиток матеріальної та науково-технічної бази (впливає негативно);

-політичні, правові: обмеження антимонопольного, податкового, патентно-ліцензійного характеру (впливає негативно); законодавче заохочення та державна підтримка інновацій (впливає позитивно);

-організаційно-управлінські: незмінні організаційні структури, невиправдана централізація, авторитарний стиль керівництва, жорстке планування, орієнтування лише на традиційні ринки (впливають негативно); гнучкість організаційних структур, демократичний стиль керівництва, можливість самостійного корегування запланованих рішень, достатня автономія, переважно горизонтальне інформаційне забезпечення (впливають позитивно);

-соціально-психологічні та культурні: опір змінам у зв'язку з можливістю зміни статусу та необхідністю пошуку нової або перебудови традиційної роботи, зміни усталених способів діяльності та стереотипів поведінки, побоювання покарань за можливі невдачі (впливають негативно); позитивно: моральне заохочення, громадське визнання, створення умов для творчої праці, сприятливий клімат у трудовому колективі (впливають позитивно).

В умовах трансформаційної економіки актуальним є формування організаційно-правових засад ресурсокористування в умовах державної нестабільності.

Потребує удосконалення законодавчої бази сфера антимонопольного законодавства. У цьому процесі особливою є потреба формування інформаційної бази під адаптивно-трансформаційні зміни законодавства у сфері інтелектуальної власності фондового ринку та в системі вітчизняного корпоративного управління.

З огляду на ці та інші обставини необхідним є:

-вивчення досвіду, об'єктивних передумови та проблем активізації адаптивно-трансформаційної діяльності промислових підприємств та ін. суб'єктів господарювання в Україні;

-поглиблення наукових досліджень форм і методів системи побудови адаптивно-трансформаційного процесу з врахуванням особливостей цього процесу;

-розроблення методичних рекомендацій щодо підвищення ефективності системи управління адаптивно-трансформаційним розвитком, як для окремих підприємств, так і для ін. суб'єктів господарювання в цілому.

Таким чином вивчення особливостей проходження трансформаційних процесів, реалізація організаційного механізму адаптації законодавчо-нормативної бази функціонування вітчизняних підприємств до Європейських вимог, усунення інноваційно-правових колізій за найважливішими сферами діяльності стане початком європеїзації національної економіки України.

УДК 658. 589

Любов Мельник, Назар Романів

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Liubov Melnyk, Nazar Romaniv

MANAGEMENT OF INNOVATION AND INVESTMENT ACTIVITY OF DOMESTIC ENTERPRISES

Забезпечення економічного зростання в Україні зумовлює дослідження проблем інвестиційно-інноваційного розвитку сучасних суб'єктів господарювання. Досвід економічно розвинутих країн переконливо свідчить, що в сучасних умовах, зазначені економічні параметри, вирішальним чином залежать від масштабів та якісного рівня інвестиційної діяльності, структурно-технологічних змін на основі інновацій. Можна стверджувати, що саме рівень розвитку і динамізм інвестиційно-інноваційних процесів формують в сучасних умовах стратегічну основу сталого економічного зростання.

Сучасна економіка України характеризується високим рівнем зносу основних фондів, значна їх частина є фізично та морально застарілою. Тому виходом із такого становища є модернізація економіки на основі технологічного інноваційного оновлення. Інноваційний рівень є важливим чинником, що визначає обсяг інвестицій. Нові товари та передові технології стимулюють інвестиції, викликають необхідний підйом, або "хвилю" інвестиційних витрат.

Реальна економічна практика, сучасні умови досягнення основних економічних цілей суспільства вказують на нову якість взаємозв'язків інвестицій та інновацій, формування системи управління ними, дослідити яку повинна сучасна економічна наука.

Виходячи з вище викладеного, управління інвестиційно-інноваційною діяльністю підприємства є цілеспрямованим процесом пошуку необхідних інвестиційних ресурсів, вибору ефективних інструментів інвестування, формування збалансованої за визначеними параметрами інвестиційної програми в інноваційний розвиток і забезпечення реалізації інвестиційно-інноваційного портфеля.

Розглядаючи поняття «управління інвестиційно-інноваційною діяльністю» слід звернути увагу на три основні його компоненти, серед яких:

- інвестиційно-інноваційна діяльність;
- об'єкти інвестування в інноваційну діяльність;
- суб'єкти інвестиційно-інноваційної діяльності.

Ці поняття розкривають специфіку та особливості здійснення інвестиційно-інноваційної діяльності в ринкових умовах. Розглядаючи безпосередньо інвестиційно-інноваційну діяльність підприємств бачимо, що це вкладення інвестицій, або інвестування і сукупність практичних дій з реалізації інновацій.

Об'єктами інноваційно-інвестиційної діяльності є новостворені і модернізовані фонди та оборотні кошти в усіх галузях і сферах національної економіки, цінні папери, цільові грошові вклади, науково-технічна продукція, інші об'єкти власності, а також недержавні права і права на інтелектуальну власність. Інвестиційна діяльність здійснюється на ринку інвестицій, який відповідно сформований із таких самостійних сегментів: ринок капітальних вкладень у виробництво основних фондів, ринок нерухомості, ринок цінних паперів, ринок інтелектуальних прав і власності, ринок інвестиційних проектів тощо. При дії загальних принципів інвестиційної діяльності ці

ринки відрізняються об'єктами інвестицій, що визначає специфіку методів, форм, способів аналізу та оцінювання ефективності, надійності, рівня ризиковості інвестицій.

Рух інвестицій передбачає взаємодію суб'єктів інноваційно-інвестиційної діяльності. Суб'єктами інноваційно-інвестиційного розвитку є інвестори, замовники, виконавці робіт, користувачі об'єктів інвестиційної діяльності, а також постачальники, юридичні особи (банківські, страхові та посередницькі організації, інвестиційні біржі) та інші учасники інвестиційного процесу. Суб'єктами інвестиційної діяльності можуть бути фізичні та юридичні особи, у тому числі іноземні, а також держави і міжнародні організації.

Таким чином, суб'єктами інвестиційно-інноваційної діяльності визначені, з одного боку, учасники, що володіють вільними інвестиційними ресурсами (інвестори), а з іншого – підприємства, які здійснюють інноваційну діяльність і мають потребу в інвестиційних ресурсах. Третьою стороною інвестиційної діяльності є посередники, що забезпечують взаємодію інвестиційних інститутів із споживачами інвестиційних ресурсів.

Важливе місце в процесі управління інвестиційно-інноваційною діяльністю підприємств посідають інвестори та інноватори. За вітчизняним законодавством, інвестором називають юридичну або фізичну особу, яка приймає рішення і здійснює вкладення власних та інших залучених майнових чи інтелектуальних коштів в інвестиційний проект і забезпечує їхнє цільове використання.

Інноваторами можуть бути:

- органи, уповноважені управляти державним і муніципальним майном і майновими правами;
- громадяни, у тому числі іноземні особи;
- підприємства, підприємницькі об'єднання та інші юридичні особи, у тому числі іноземні юридичні особи, держави і міжнародні організації.

Інвестори є вкладниками, замовниками, кредиторами, покупцями, інакше кажучи, вони виконують функції будь-якого учасника інвестиційної діяльності.

Практично будь-яке підприємство в ринковій економіці безпосередньо пов'язано з фінансовим ринком і як емітент, і як інвестор. Залежно від тактики розрізняють пасивних і активних інвесторів. Перші прагнуть поліпшити стан контрольованого підприємства за період тривалістю кілька років. Інші прагнуть отримати можливість покупки високоліквідних активів; до них належать венчурні інвестори, які спеціалізуються на ризикових вкладеннях, здатних забезпечити інвесторові підвищену прибутковість. Венчурний підприємець вкладає кошти у конкретне підприємство.

Інший суб'єкт інвестиційного процесу – це користувачі об'єктів інвестиційної діяльності. Ними можуть бути фізичні та юридичні особи, державні та муніципальні органи, іноземні держави і міжнародні організації.

Можна виокремити також ще одного учасника інвестиційно-інноваційного процесу – замовника. Замовником можуть бути інвестори, а також інші фізичні та юридичні особи, уповноважені інвестором здійснювати реалізацію інноваційного проекту. При цьому замовник не має втручатися у підприємницьку діяльність інших учасників інвестиційного процесу, якщо це не передбачено договором між ними.

Таким чином, підсумовуючи вище викладене, пропонуємо інвестиційно-інноваційну діяльність розуміти як послідовність вчинків інвестора з вибору, створення інноваційного проекту, його реалізації та ліквідації, а також зі здійснення необхідних додаткових вкладень і залучення інвестиційних ресурсів для фінансування інноваційної діяльності.

УДК 658.15

Галина Машлій, Олена Сороківська

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ПРОБЛЕМИ ОПТИМІЗАЦІЇ ФІНАНСОВОГО УПРАВЛІННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ

Galina Mashliy, Olena Sorokivska

PROBLEMS OF FINANCIAL MANAGEMENT OPTIMIZATION IN ENTERPRISES

Діяльність вітчизняних підприємств відбувається у складній політичній, військовій та економічній ситуації в країні, що характеризується високим рівнем мінливості та невизначеності. Це зумовлено як наявністю впливу ряду негативних зовнішніх факторів, що перешкоджають розвитку української держави, так і відсутністю позитивних тенденцій у сфері проведення системних реформ. У зв'язку з цим виникає ряд проблем управління фінансами підприємств, деякі з яких розглянемо.

1. Високий рівень інфляції перешкоджає нормальному ходу фінансового планування суб'єктами господарювання. Підприємства змушені здійснювати пошук ефективного вкладення вільних фінансових ресурсів для їх захисту від знецінення, а зростання витрат та відповідно цін в умовах низької купівельної спроможності споживачів призводить до зниження рівня прибутковості діяльності.

2. Ефективне управління фінансовими ресурсами вимагає високої оперативності надходження та використання інформації (як зовнішньої, так і внутрішньої), що є необхідним елементом системи фінансового менеджменту. Проблеми формування внутрішньої інформаційної бази часто пов'язані із слабким рівнем автоматизації управлінських процесів. Кризові ж умови, у яких доводиться працювати багатьом українським підприємствам, роблять необхідним забезпечення швидкого прийняття необхідних фінансових рішень. Тому необхідним є формування системи фінансового моніторингу на підприємстві.

3. Негативним чинником часто є відсутність ефективної системи фінансового планування, зокрема, у сфері чіткої постановки стратегічної мети і пов'язаних з її реалізацією задач, а це у свою чергу робить неможливим розробку чіткої програми фінансових дій.

4. Система фінансового управління часто є неефективною через недостатньо високий рівень кадрового потенціалу. Світовою практикою доведено, що діяльність фінансового менеджера відіграє надзвичайно важливу роль у функціонуванні підприємства загалом. Фінансовий управлінський персонал повинен відзначатися не лише достатньою професійною кваліфікацією та широким спектром необхідних теоретичних і практичних знань, але й вмінням прийняття нестандартних рішень, часто пов'язаних з підвищеним ризиком.

5. Висока вартість кредитних ресурсів, труднощі залучення інвестицій є стримуючим фактором щодо зростання інноваційної активності, можливості нарощування обсягів діяльності, диверсифікації виробництва.

6. Високий рівень діючої системи оподаткування підприємств та інші фактори зумовлюють існування тіньового сектору економіки. На даний час податкове законодавство відзначається неузгодженістю та протиріччями між окремими документами, нестабільністю норм. Це призводить до того, що на сьогодні податкова система виконує виключно фіскальну, а не стимулюючу роль і стримує ділову активність суб'єктів господарювання.

УДК 338.17

Ігор Стойко, Василь Каправий

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

СИСТЕМА БЕЗУПИННОГО ПОЛІПШЕННЯ ПРОЦЕСІВ І ПРОДУКТІВ У ЯПОНІЇ. МЕТОД KAIZEN

Igor Stoyko, Vasyl Kapravyi

THE SYSTEM OF CONTINUOUS IMPROVEMENT OF PROCESSES AND PRODUCTS IN JAPAN. THE KAIZEN METHOD

Метод Kaizen вперше описаний у 1986р. у книзі Масааки Імай як один з найважливіших елементів японського успіху, як фундамент продуктивності і якості, що знайшла згодом поширення в Європі й Америці. Система Kaizen – метод постійних поступових рішень.

Великі інновації дозволяють здійснювати вражаючі стрибки вперед, однак вимагають технології, що відповідає новітньому рівню знань, і великі інвестицій. На противагу цьому дрібні поліпшення, що дають кумулятивний ефект, можуть здійснювати кожним співробітником у рамках його повсякденних обов'язків відповідно до його особистих здібностей. Результати цих поліпшень хоча мають скромний масштаб, але носять регулярний і частий характер.

Тому Kaizen як постійні, поступові поліпшення перетворився в один з найважливіших інструментів управлінської стратегії. Ця система допомагає використовувати досвід та інформацію, що є в кожного працівника підприємства, у потрібному напрямку.

Існує помітне розходження між підприємствами, що заводять „шухляди для скарг і пропозицій” і просто збирають ідеї, і підприємствами, що прагнуть до реалізації пропозиції з поліпшення. Старі методи не мають відношення до управлінської стратегії. Розроблені на додаток до інших механізмів, вони розглядалися співробітниками як додаткові витрати і керівництву навряд чи варто розраховувати на активну участь працівників у зборі ідей. Пануючий тут принцип можна виразити так: „Співробітниками дозволяється робити пропозиції”. Він має двояке значення: якщо хтось робить пропозицію – ніхто не проти, якщо ніхто нічого не пропонує – теж ніхто не проти.

Оскільки ціль діяльності підприємства полягає в досягненні прибутку, Kaizen-пропозиції повинні бути спрямовані на її збільшення. Оскільки існує два способи збільшення прибутку, то і Kaizen-пропозиції можна класифікувати за двома цільовими напрямками:

- ідеї, що сприяють підвищенню роботи;
- ідеї, що сприяють зниженню витрат.

При розгляді Kaizen мається на увазі в першу чергу ті поліпшення, що безпосередньо спрямовані на зниження витрат. Цьому аспекту постійних поліпшень надається велике значення.

Різниця між Kaizen-підходом на виробництві та Kaizen-підходом у збуті і сфері послуг полягає у встановлених пріоритетах. Для виробничого сектора важливо спростити й уникнути непотрібних витрат матеріалів. У сфері послуг основне значення мають різноманіття, сучасне оформлення, популярність, атмосфера...

Kaizen залишає позаду встановлені стандарти і концентрується на нерозкритому потенціалі, що може розвиватися все далі, досягаючи все більше високих рівнів, що є дуже важливим фактором стійкості роботи компанії.

УДК 331.108

Андрій Оксентюк, Сергій Мельниченко

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

**ДОСЛІДЖЕННЯ РОЛІ КАДРОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ
У ФОРМУВАННІ ЕФЕКТИВНОЇ УПРАВЛІНСЬКОЇ СИСТЕМИ НА
ПІДПРИЄМСТВАХ АГРОПРОМИСЛОВОГО КОМПЛЕКСУ УКРАЇНИ**

Andriy Oksentyuk, Sergij Melnichenko

**INVESTIGATION OF THE PERSONNEL MANAGEMENT ROLE IN
FORMATION OF EFFECTIVE MANAGEMENT SYSTEM FOR
AGRICULTURAL ENTERPRISES OF UKRAINE**

Формування ефективної ринкової системи в аграрному секторі економіки України залежить від багатьох соціально-економічних аспектів розвитку господарських суб'єктів. У сучасних умовах вітчизняний аграрний сектор, а також підприємство в сільській місцевості потребують підвищеної уваги з боку держави та ефективного менеджменту як на макро-, так і на мікрорівні. На макрорівні увага зосереджується на працівниках, менеджмент яких має спрямовуватися на формування конкурентоспроможного кадрово-управлінського потенціалу. Кадровий менеджмент належить до вирішальних чинників здатності адаптуватися до ринкового середовища та конкурентоспроможності господарських структур аграрного спрямування. Функціональність агропромислового комплексу залежить від кадрового забезпечення, зокрема кадрового менеджменту. Кадровий менеджмент завжди виконував роль механізму організації ефективного функціонування суспільних утворень, що, безперечно, стосується і агропромислового комплексу. Менеджмент персоналу та кадровий менеджмент покликані сформувати передумови та забезпечити ефективну мотивацію формування та використання кадрового потенціалу у контексті досягнення обраних цілей як персоналу, так і підприємства. Кадровий менеджмент у системі управління персоналом виконує роль функціонального сегмента, що уособлює управлінський вплив на кадри, зокрема кадрово-менеджерський потенціал. Це система взаємопов'язаних організаційно-економічних і соціальних заходів щодо створення умов нормального функціонування, розвитку та ефективного використання потенціалу робочої сили на рівні організації.

Управлінська праця має особливий, передусім розумовий і творчий характер, який зводиться до пошуку та прийняття найкращих виробничих та інших рішень, а також їх ефективного практичного втілення. Кадри є складовою персоналу, який має відповідний рівень освіти та займає певні посади в структурі менеджменту. Порівняно недавно почали використовувати категорію “кадрово-управлінський потенціал”. Менеджмент, як система організаційно-управлінських відносин, передбачає реалізацію чітко визначених функцій, головною з яких є мотивація. У мотивації кадрового складу вирішальну роль відіграють усвідомлені фактори, які пов'язані з корпоративною культурою менеджменту персоналу. Управлінський процес завжди орієнтований на мотивацію, але мотивація має двояке вираження: по-перше, як функція, що здійснюється керівниками стосовно працівників, а по-друге – як особисті переконання і трудова поведінка власне керівників та спеціалістів (кадрів організації). Механізм мотивації особистості в організації з точки зору кадрового менеджменту вважається найбільш впливовим, адже мотивація кадрового складу є основою формування корпоративної культури менеджменту. Корпоративна поведінка керівників і спеціалістів організації виражає мотивацію, яка в процесі їх діяльності створює передумови ефективності. Мотивація кадрів опосередковує цілеспрямовану діяльність

особистості та створює клімат для мотиваційного управління, націленого на становлення поведінки особистості у контексті цілей організації. Створення сприятливого клімату поведінки кадрово-управлінського персоналу є запорукою його раціональної поведінки, яка опосередковує максимальне використання знань керівників на благо фірми.

Багатогранність ринкової економіки обумовила не тільки різноманіття форм власності, організаційно-правових форм діяльності, але й призвела до “перекачування” значної чисельності висококваліфікованих керівників і спеціалістів АПК в інші галузі народного господарства, комерційні структури, що породило серйозні проблеми в системі кадрового забезпечення галузі. Найбільш небезпечним у цій ситуації є те, що на багатьох підприємствах перестав діяти механізм особистої відповідальності керівників і спеціалістів за прийняті рішення, ситуацію у виробничих колективах. Погіршилися соціально-професійні характеристики керівників і спеціалістів за рівнем освіти, віку, стажу управлінської діяльності. Роль кадрового менеджменту в організації діяльності сільськогосподарських підприємств є значною, адже управління торкається всіх сторін його функціонування і вирішальним чином впливає на результати діяльності. У кожній галузі управління здійснюється у відповідності до певного середовища і пов’язане з різними факторами та особливостями виробничого процесу.

Поступальний науково-технічний прогрес у матеріальному виробництві та його соціальна орієнтація мають перетворити його на головне джерело зростання ефективності сільського господарства. Інтенсифікація галузі передбачає раціональний розвиток суб’єктивного елемента продуктивних сил – кваліфікованих та освічених спеціалістів. Виходячи з непривабливості праці і сучасних соціально-економічних умов життя в сільській місцевості, сільська територія не вважається пріоритетним середовищем для життєдіяльності, де формуються мотиваційні фактори системної дії. Зокрема, вже сформувався стійкий патерналістський підхід вихідців із села до зайнятості у сільській місцевості. Батьки стимулюють обрання та опанування дітьми міських професій та за можливості влаштовують їх в місті через те, що не бачать сенсу життя на селі, про що свідчать наведені у таблиці результати досліджень. Відсутність дієвої державної програми по стимулюванню молоді до праці та закріплення на селі зумовлює міграцію молодого покоління до міст, руйнування генофонду села. Це ускладнює проблему оновлення кадрів на селі, непривабливості спеціальностей аграрного профілю, а тому кадри не формуються і не оновлюють кадровий потенціал агропідприємств. Зниження мотивації трудової діяльності в аграрній сфері та стійкий патерналістський підхід до зайнятості в сільській місцевості обумовлюють зниження кількісно-якісних характеристик кадрового потенціалу економічних суб’єктів і значною мірою обмежують можливості реалізації функцій кадрового менеджменту.

Диспропорції та негаразди вкрай негативно позначаються на формуванні аграрної еліти. Ситуація, що склалася, пояснюється тим, що працівники з вищою освітою прагнуть працювати в інших галузях, повернення молодих спеціалістів в сільську місцевість відбувається за залишковим принципом. Спостерігається загальний дефіцит професійно відібраних, освічених керівників всіх рівнів та спеціалістів. Постійне оновлення та розширення спектра використання знань у господарській діяльності зумовлюють прискорення (зменшення) терміну підготовки (формування) керівників та спеціалістів, які відповідають потребам соціально-економічного розвитку, у т. ч. аграрного профілю. Це потребує активізації кадрової політики держави та місцевих органів самоврядування, а також кадрової роботи в агроформуваннях і сільських громадах. Старіння керівників має компенсуватися відповідним резервом молоді, щоб запобігти втраті тих позитивних надбань, які формувалися роками.

УДК 339.138

Тарас Заблоцький, Ірина Вовк

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ІНТЕРНЕТ МАРКЕТИНГ ЯК СПОСІБ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Taras Zablotskiy, Iryna Vovk

INTERNET MARKETING AS A WAY TO IMPROVE THE COMPETITIVENESS OF ENTERPRISES

Інтернет маркетинг – це комплекс заходів для вивчення попиту та пропозиції на ринку товарів і послуг, з наступним просуванням і рекламуванням їх через Інтернет. Сучасні умови ринкового середовища вказують на те, що підприємство знаходиться під постійним впливом факторів, пов'язаних з реаліями розвитку світової цивілізації. Інтенсифікація інноваційних процесів, розвиток інформаційних технологій та систем значно скорочують час на збір і обробку інформації, відбувається перехід від ієрархічних до сітьових структур управління, інтеграції способів досліджень, домінування інформаційних комунікацій. В маркетинговій діяльності Інтернет може бути використаний для: реклами, стимулювання збуту, зв'язків з громадськістю, продажем, проведенням маркетингових досліджень, наданням післяпродажних послуг.

В основі Інтернет-технологій знаходиться портал підприємства - вагомий чинник підвищення конкурентоспроможності компанії. Використання порталу не лише змінює внутрішню організацію діяльності компанії, але і міняє її взаємодію із зовнішнім світом. Портал надає співробітникам компанії єдиний інтерфейс для доступу до всіх інформаційних ресурсів компанії, що приводить до скорочення тимчасових витрат на пошук інформації, яка потрібна для здійснення бізнес-операцій. Портал забезпечує простий та зручний спосіб побудови стосунків з компанією, дає можливість клієнтам отримати інформацію, що цікавить їх, у будь-який час доби, в слушний для них момент, дозволяє звести до мінімуму особисте спілкування. Оскільки, конкуренція на ринку постійно зростає і можливість виживання, зміцнення своїх позицій для підприємства безпосередньо залежить від його здатності зберегти існуючих клієнтів та знаходити нових. В Україні поки що недостатній рівень введення таких маркетингових інновацій. Підприємці ще схильні до реклами на телебаченні чи радіо, проте в майбутньому, можна очікувати, що це явище значно розшириться, оскільки, з кожним днем число Інтернет користувачів зростає.

Інтернет-маркетинг дає змогу підприємству досягти якісно нового рівня конкуренції, яка базується не на жорсткій взаємодії з підприємствами, а за рахунок нарощування цінності продукту чи послуги. Оскільки інновації, на наш погляд, виявляється у двох аспектах: технологічному і ціннісному. Досвід зарубіжних підприємств-новаторів підтверджує, що високого рівня продажів досягають на самперед, ті фірми увага яких зосереджується не стільки на сучасних технологіях скільки на термінах виходу на ринок. Інновації цінностей фірма досягає тоді, коли поєднує інновацію з таким аспектами, як практичність, ціна і витрати. У випадку нездатності пов'язати інновацію з цінністю, підприємство втрачає потенційні можливості на ринку на користь конкурентів. Отже, створення сайту, на якому буде відображатись уся необхідна інформація підприємства, оформлення його, рекламування майданчика, визначення цільової аудиторією дає змогу підприємству досягти вищого рівня конкурентоспроможності, що своєю чергою сприяє підвищенню економічних показників діяльності підприємства.

УДК 005.53

Галина Нагорняк, Микола Мельничук

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

**ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ ТА ПРИЙНЯТТЯ ІННОВАЦІЙНИХ РІШЕНЬ
СУЧАСНИМИ ІННОВАЦІЙНО СПРЯМОВАНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ
УКРАЇНИ У СКЛАДНИХ УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЙНИХ ПЕРЕТВОРЕНЬ**

Galina Nahorniak, Mykola Melnychuk

**PROBLEMS OF MANAGEMENT AND INNOVATION DECISION MAKING OF
MODERN INNOVATION AIMED ENTERPRISES OF UKRAINE IN DIFFICULT
CONDITIONS OF TRANSFORMATIONAL CHANGES**

Процеси інтенсивних змін, які відбуваються в Україні, розвиток ринкових умов господарювання об'єктивно вимагають створення високоефективного механізму управління підприємствами, що потребує розроблення нових підходів у відповідності до сучасних вимог за різними напрямками їхньої діяльності, а також механізму підготовки, формування та прийняття управлінських рішень. У складних умовах трансформаційних перетворень в Україні керівникам інноваційно орієнтованих підприємств доводиться щодня стикатися з проблемами організаційного, економічного та фінансового характеру, які інколи вирішуються методами "проб та помилок". Тому ефективний розвиток та інноваційні зміни у діяльності підприємств зумовлені ефективністю системи управління, яка залежить від рівня підготовки керівників та спеціалістів, що спроможні вести пошук, планувати, організовувати впровадження інновацій, мотивувати персонал до їх сприйняття та приймати високопрофесійні системні управлінські рішення. Сучасне інноваційне управління повинно базуватись на системному виявленні причин і взаємозв'язків, які виникають в діяльності підприємства, врахуванні швидкоплинних змін навколишнього середовища, а також глобальних явищ і подій, які впливають на динаміку його розвитку. Це дозволить формувати найефективніші умови для розвитку інноваційного підприємства, приймати відповідні управлінські рішення, оперативно адаптуватися до змін в навколишньому середовищі.

Системне моделювання стратегічних управлінських рішень в інноваційному управлінні підприємством передбачає його підготовку на основі економічного обґрунтування та послідовну поетапну систематизацію дій і висновків, що спрямовані на досягнення мети. Така підготовка повинна бути основана на поетапному та безперервному зародженні менеджерських ідей щодо досягнення стратегічних та проміжних цілей, які повинні бути взаємно узгоджені між собою, з урахуванням можливостей кожного підрозділу підприємства. Система управління підприємством представляє собою цілісну сукупність різноманітних взаємно пов'язаних ланок, які здійснюють управлінський вплив на об'єкти управління. Ланки системи управління виділяються за специфікою функцій управління, обсягом та масштабом повноважень, трудомісткістю роботи, рівномірністю розподілу навантаження, кваліфікаційними вимогами до персоналу, інформаційним забезпеченням та можливостями територіального розташування. Тому всі перераховані фактори впливають на динаміку формування та виділення ланок системи менеджменту в сукупності та поєднанні, враховують динаміку інноваційних процесів, на основі чого формуються відповідні зміни у структурі управління.

Система управління підприємства інноваційного спрямування має на меті поетапне забезпечення високих темпів інноваційного розвитку та зростання ефективності діяльності підприємства та його підрозділів. Діяльність підприємства з

такою системою управління є найбільш ефективною формою, що позначається і на механізмі управління, в якому основну увагу приділено інноваційним завданням, органам, функціям управління та відповідному моделюванню інноваційного розвитку. Інноваційний механізм управління підприємством повинен урахувати всі аспекти розвитку підприємства в просторі функціонування та часі (життєвому циклі), на основі закономірностей розвитку систем. Інноваційний механізм управління підприємством в сучасних умовах – це цілісна система основних елементів, які регулюють процес поетапного управління інноваційною діяльністю підприємства для досягнення поставленої мети. У структуру інноваційного механізму управління підприємством повинні входити елементи державного нормативно-правового регулювання діяльності, ринкові механізми цієї діяльності, внутрішні механізми регулювання окремих аспектів управлінської інноваційної діяльності, система конкретних методів та засобів її здійснення. Тому інноваційний механізм управління підприємством буде ефективним тоді, коли враховуються не тільки основні економічні закони, але і первинні (діалектичні) закони розвитку природи.

Кожне підприємство є системою тривимірною, тобто розвивається у просторі, часі (циклі) та накопичує свій енергетичний потенціал за рахунок ефективного управління. Інноваційний підхід розглядає поетапний, причинно-наслідковий розвиток підприємства, як системи в узгодженні просторових параметрів діяльності та часовому циклі із кількох фаз, що утворюються за рахунок причинно-наслідкових зв'язків: структуроутворенні, організації та розширенні внутрішніх взаємозв'язків, управлінні внутрішніми та зовнішніми взаємозв'язками, перехідній фазі системи в нову якість. Чотири фази поетапного розвитку кожної системи відіграють свою причинно-наслідкову роль і у виборі стилю управління. Враховуючи те, що системи управління підприємств мають особливості щодо стратегічних цілей, засобів їх досягнення, здатності до гнучкості та адаптивності, ми пропонуємо комплекс динамічно взаємоузгоджених процесів, які спроможні забезпечити інноваційний розвиток підприємства: розробка стратегічних цілей, ресурсних потреб, організація навчання персоналу тощо. Декомпозиція діяльності підприємства на процеси, операції – основне управлінське завдання, вирішення якого надає підприємству відповідну низку переваг. Одна перевага пов'язана з появою мови опису діяльності, яка доступна і зрозуміла всім залученим до процесів. Це дозволяє зруйнувати або, принаймні, знизити перешкоди, які обумовлені різним сприйняттям термінології, залежно від віку, освіти працівників тощо. Систематичне виконання всього комплексу завдань розвитку працівника надає можливість спрямувати на розвиток та контролювати компетенції співробітників, збалансувати цілі, бажання, очікування, претензії та потреби працівників підприємства.

Оскільки командна робота поєднує виконання робіт, обмін досвідом, навчання, і приводить до загального успіху, то для її формування потрібно згрупувати людей, які мають взаємодоповнюючі навички та характери, спільні цілі, прихильність один до одного, вміння сприймати та впроваджувати нововведення. На нашу думку, ефективні команди за інноваційного підходу повинні мати ряд характерних ознак: зрозуміла мета і завдання інноваційного розвитку, які визнаються всіма учасниками; узгодженість, гармонія психологічного клімату та відчуття довіри до кожного члену колективу; здатність ефективно вирішувати інноваційні завдання та долати при цьому внутрішні конфлікти; здатність навчатися колективно на базі групового досвіду; взаємна узгодженість особистих рис з необхідними знаннями та навичками інших; сприйняття кожним свого місця та ролі у команді, та ролей інших; комфортна атмосфера при впровадженні нововведень; постійне та безперервне навчання; наявність лідерів, які сприяють розвитку здібностей команди; відкритий доступ до інформації.

УДК 330.658

Людмила Малюта

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ВІТЧИЗНЯНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Ljydmyla Maliuta

ECONOMIC SECURITY IN A SYSTEM OF DOMESTIC ENTERPRISES ADMINISTRATION

Саме сьогодні, в умовах суспільної нестабільності та економічних трансформацій, недостатня увага приділяється ролі і місцю економічної безпеки в системі управління підприємствами. Це призводить до неадекватної реакції окремих суб'єктів на небезпеки та загрози, що виникають у сучасному економічному просторі і, як наслідок, окремі їх рішення виявляються помилковими, особливо щодо адаптації до змін у зовнішньому та внутрішньому середовищі, використання моделей поведінки у нестандартних ситуаціях, реакції на фактори впливу тощо. Все це сприяє виникненню значних загроз у діяльності підприємств, обмеженості їх мобільності і втраті потенціальних можливостей. І особливо, це позначається на формуванні і розвитку ринку машинобудівної продукції, її конкурентоспроможності, на структурних перетвореннях в галузі загалом.

Методологічні, методичні та прикладні питання економічної безпеки підприємства висвітлюються в наукових працях багатьох вітчизняних та зарубіжних учених, зокрема: Б. Андрушківа, М. Войнаренка, Б. Губського, Д. Зеркалова, С. Ілляшенка, В. Лук'янової, В. Мартинюка, В. Нижника, О. Сороківської, О. Шнипко, В. Алена, Дж. Вуда, К. Річардса та ін.

Зусиллями згаданих учених запропоновано економічні, інституційні та правові засади економічної безпеки підприємства, виділено основні принципи та напрями вдосконалення та створення системи економічної безпеки підприємства.

Науковці у своїх працях достатньо глибоко дослідили функції, загрози та методи визначення рівня економічної безпеки підприємства в умовах трансформаційних процесів, розробили основні підходи до аналізу її функціональних складових.

Аналізуючи праці науковців, що займалися вивченням проблематики економічної безпеки, бачимо, що визначення сутності даного поняття в контексті управління зводиться в основному до трьох основних аспектів:

– по-перше, стан підприємства, який забезпечує йому здатність протидіяти несприятливим зовнішнім впливам, стан захищеності підприємств від збитків, які умовно можна розділити на кілька видів: випадкові та навмисні; спрямовані проти власності; такі, що перешкоджають економічній діяльності; управлінські; інформаційні; структурно-функціональні; кредитно-фінансові; техніко-технологічні; товарно-розподільчі; екологічні; такі, що спричиняються персоналом фірми; адміністративні та кримінальні; іміджеві;

– по-друге, як комплекс профілактичних заходів, спрямованих на запобігання небезпек, включаючи системний аналіз сильних та слабких сторін підприємства, управління ризиками (виявлення, оцінювання та нейтралізація), впровадження системи попереджувальних заходів по визначених зонах небезпек;

– по-третє, як систему управління сферами діяльності, спрямовану на виведення підприємства з зони дії небезпеки, у тому числі проведення

реструктуризації суб'єкта господарювання в цілому або окремих напрямів його діяльності.

Виходячи із методології дослідження економічної безпеки підприємства бачимо, що основною вимогою принципу системності в процесі формування системи економічної безпеки виступає аналіз цілей управління виробничою системою і процесу доцільного її функціонування. Системний підхід містить у собі організаційні, творчі, теоретичні, експериментальні і прагматичні елементи.

Як відомо, будь-яка організація представляє собою взаємодію двох підсистем: керуючої і керованої. Одна підкоряється іншій; структуризація, яка дозволяє аналізувати елементи системи та їх взаємозв'язок в рамках конкретної організаційної структури. Як правило, процес функціонування системи зумовлений не стільки властивостями її окремих елементів, скільки властивостями самої структури; множинність, яка дозволяє використовувати безліч кібернетичних, економічних і математичних моделей для опису окремих елементів і підсистем загальної системи економічної безпеки. Керуюча підсистема визначає мету та цілі, які повинно досягти підприємство, а також засоби їх реалізації. Останнє втілюється через управлінський вплив на керовану підсистему завдяки функціям та методам управління.

Взаємозв'язок між керуючою та керованою підсистемою здійснюється за допомогою процесу комунікацій шляхом передачі інформації по каналах прямого та зворотного зв'язку.

Керуюча підсистема виконує функцію контролюючої, хоча елементи контролю поширюються і на керовану.

Керована підсистема проводить необхідні розрахунки показників економічної безпеки підприємства в розрізі основних її складових і результати доводить до керівництва, яке повинно приймати відповідні управлінські рішення.

До основних етапів процесу управління економічною безпекою машинобудівного підприємства віднесемо такі:

1. Постановка мети та цілей управління економічною безпекою.
2. Створення організаційних умов для ефективного управління економічною безпекою та визначення відповідальних осіб за надання всієї необхідної інформації.
3. Виділення складових економічної безпеки.
4. Отримання первинної інформації.
5. Визначення коефіцієнтів вагомості складових.
6. Розрахунок часткових (локальних) та загального (інтегрального) показника економічної безпеки підприємства.
7. Моніторинг отриманих результатів.
8. Контроль якості розрахунків.
9. Застосування коригуючих дій.
10. Визначення напрямів управлінського впливу за результатами розрахунків.
11. Прийняття управлінських рішень та контроль за їх виконанням за окремими складовими економічної безпеки підприємства.

Загалом, слід відмітити, що більшість сучасних підприємств, у зв'язку з тяжкою економічною ситуацією, що простежується на сьогоднішній день, не приділяють достатньої уваги визначенню економічної безпеки, що своєю чергою призводить до появи низки проблем виробничого і не виробничого характеру. Враховуючи те, що економічна ситуація в країні характеризується нестабільністю політичних, економічних, суспільних відносин, визначаємо необхідність використання принципово нового підходу для формування системи управління економічною безпекою сучасного підприємства.

УДК 338.24

Наталя Кирея, Віктор Паляниця

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ІНСТИТУЦІАЛІЗАЦІЯ РИЗИКОФОРМУЮЧИХ ЧИНИКІВ ЯК ЗАСІБ ПРОГНОЗУВАННЯ КОМПЛЕКСНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ЗАГРОЗ

Natalja Kyreia, Victor Palianytsia

INSTITUTIONALIZATION OF RISK-FORMING FACTORS AS A TOOL OF PREDICTION OF COMPLEX ECONOMIC THREATS

У глобальному співтоваристві констатується поява нових трендів та феноменів, ігнорування яких може спричинити комплексні економічні загрози та непередбачувані наслідки. Тому необхідне привернення уваги до нових реалій економічної безпеки та розкриття і конкретизація напрямів та інструментів мінімізації ризиків, що виникають.

Економіці багатьох держав останнього часу притаманна наростаюча нестабільність. Частота наростання криз та їх дедалі деструктивний вплив на національні господарства супроводжуються виникненням нових політико-економічних загроз. Новітні ризики складають конфронтаційна самоідентифікація та тренди конфліктності із застосуванням військової сили й загрози глобальній і регіональній безпеці. Ці положення можуть бути екстрапольовані до реалій України, насамперед у зв'язку з анексією Криму. Інструментами протидії ризикам можуть стати системні перетворення економіки України і орієнтація ринкових інститутів на розвинуті європейські країни, введення жорстких і дієвих санкцій з боку світової спільноти до країн-агресорів. Для цього доцільно провести інституціалізацію ризикоформуючих чиників.

Інституціалізація ризикоформуючих чиників – процес виникнення і становлення ринкоорієнтованих інститутів як ключових структурних елементів безпеки економіки держави. Інакше кажучи, інституціалізація – це заміна волатильної поведінки на прогнозовану, яка очікується і регулюється. Як і будь-який інший складний суспільний процес, інституціалізація є тривалою і поступовою. Для її здійснення необхідні такі умови:

1. Об'єктивна потреба, усвідомлювана в суспільстві як загальнозначуща, загальносоціальна, загальноекономічна. Її задоволення можливе тільки у процесі спільної взаємодії ринкових суб'єктів.

2. Наявність особливого, притаманного конкретному інституту економічного середовища – системи цінностей, економічних норм і правил.

3. Наявність необхідних ресурсів (матеріальних, фінансових, трудових, інформаційних), які суспільство повинне стабільно поповнювати шляхом капіталовкладень у них та підготовкою кадрів.

У процесі інституціалізації складаються основні структурні ознаки, що характеризують економічні інститути в сучасному суспільстві. Вони мають універсальний характер і охоплюють: 1) певну сферу господарських відносин, 2) установи для організації спільної діяльності людей, уповноважених виконувати соціальні, організаційні, управлінські ролі та функції 3) норми і правила відносин між ринковими суб'єктами, що належать до сфери діяльності інституту 4) систему санкцій за невиконання ролей, норм і стандартів поведінки 5) матеріальні засоби.

Отже, інституціалізація є процесом, за якого певна економічна загроза починає усвідомлюватися як загальноекономічна, а не індивідуальна. Для її реалізації у суспільстві встановлюються особливі норми поведінки, формуються відповідні ролі, виділяються ресурси.

Література:

1. Вітлінський В. В., Великоіваненко Г. І. Ризикологія в економіці та підприємстві: Монографія. – К.: КНЕУ, 2004. – 480 с.
2. Капіталізм, соціалізм і демократія [Текст] / Й. А. Шумпетер ; пер.з англ. В. Ружицький, П. Тарашук. – К. : Основи, 1995. – 528 с.
3. Управління ризиками в інноваційній діяльності: навч. посібник – 2 вид., перероб. і доп. / О.С. Кузьмін, Н.Ю. Подольчак, Н.І. Подольчак, Л.Г. Вербицька. – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2012. – 240 с.

УДК 338.17

Дмитро Пилипишин, Ігор Стойко

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ВИЗНАЧЕННЯ ПРІОРИТЕТІВ ДЕРЖАВНОЇ НАУКОВО-ТЕХНІЧНОЇ ПОЛІТИКИ У СИСТЕМІ «ФОРСАЙТ»

Dmytro Pylypyshyn, Igor Stoyko

SETTING PRIORITIES OF NATIONAL SCIENCE AND TECHNOLOGY POLICY IN THE "FORESIGHT" SYSTEM

Нова система визначення пріоритетів державної науково-технічної політики, що має назву «Форсайт», або «Передбачення», виникла в 70-х роках минулого століття в розвинутих країнах. Слід зауважити, що до 80-х років у науці вживався термін «forecasting», тобто прогнозування, який у подальшому було замінено на «foresight», тобто передбачення. Відмінність їх полягає в тому, що перший передбачає тільки прогнозування майбутнього, а другий має ширший зміст, охоплюючи як альтернативні сценарії майбутнього, так і заходи для досягнення бажаних цілей.

Під терміном «форсайт» нині розуміють процес систематичного визначення стратегічних наукових напрямів і технологічних досягнень, які впродовж тривалого часу зможуть справляти помітний вплив на економічний і соціальний розвиток країни.

Це визначення охоплює чотири складові:

- 1) «форсайт» становить безперервний процес;
- 2) центральне місце в ньому посідають не якісь конкретні технології, а науково-технічні напрями;
- 3) часовий горизонт має перевершувати горизонт ділового планування;
- 4) у виборі пріоритетів враховується їх вплив на соціально-економічний розвиток країни.

Сутність такого підходу полягає в тому, що держава за допомогою компаній визначає перспективні технології та ринки на найближчі 10-20 років, напрями співробітництва бізнесу й держави у створенні конкурентоспроможних інновацій; заходи, які дають змогу використовувати нові можливості для поліпшення якості життя, прискорення економічного зростання й підвищення міжнародної конкурентоспроможності країни.

До найхарактерніших програм технологічного передбачення належать:

- регіональні (на прикладі програми ЄС);
- програми технологічного передбачення Старого Світу (на прикладі Великої Британії);
- програми технологічного передбачення постсоціалістичних країн (на прикладі Угорщини).

Найбільшого поширення програма «Форсайт» набула у країнах Західної Європи з розвинутою культурою коопераційних зв'язків між суб'єктами НДДКР, які підтримує держава. У Великій Британії, Німеччині та Угорщині ініціаторами втілення цієї програми в життя є уряди, у Швеції – ділові кола.

Найбільший інтерес становить програма «Технологічний Форсайт» (Швеція). Її метою, починаючи з 1997 р., було залучення якомога більшої кількості учасників до обговорення ефективних шляхів стимулювання довгострокової взаємодії між технологічними, економічними, інституційними й соціальними процесами, а також надання компаніям та організаціям допомоги з питань довгострокового планування.

Загалом термін «технологічне прогнозування» стосується цілого комплексу засобів, що використовуються у спробах передбачити можливі й майбутні тенденції та події, визначити наслідки їх та способи впливу на розвиток подій.

УДК 338.1

Ірина Федишин

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

АНАЛІЗ ПРОБЛЕМ ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ КРИЗИ

Iryna Fedyshyn

ANALYSIS OF FINANCE PROBLEMS OF DOMESTIC ENTERPRISES INNOVATION ACTIVITY IN A CRISIS CONDITIONS

На сьогоднішній час кризові явища в економіці України поглиблюються і становлять загрозу для подальшого функціонування і розвитку виробничих можливостей. Нестабільність національної економіки пов'язана із дестабілізацією фінансових процесів на всіх напрямках народногосподарського комплексу, зокрема це торкається промисловості [1].

Загалом, в економічній літературі виокремлюють наступні методи державного регулювання інноваційних процесів, з них прямі методи [2]:

- Державні цільові комплексні програми забезпечують фінансування інновацій у пріоритетних галузях економіки, що визначає держава;
- Адміністративне регулювання передбачає пряме дотаційне фінансування, що надається відповідно до чинного законодавства;
- Контрактне фінансування – система договорів між замовниками та підрядниками, де держава виступає замовником та споживачем науково-дослідних розробок, а виконавцями суб'єкти господарювання. У договорі чітко визначаються строки завершення робіт, розподіл завдань та матеріальної винагороди між виконавцями, а також взаємні зобов'язання й економічні санкції.

В Україні криза вже призвела до еміграції кваліфікованої робочої сили, скорочення бюджету державних витрат на НДДКР і системи освіти, а також ослаблення кредитної системи та інфраструктури. Якщо на ці наслідки не буде правильної та адекватної реакції державних структур, то існує ризик того, що інноваційна сфера економіки буде істотно послаблена і потенціал для зростання в найближчі роки буде підірваний.

Проаналізувавши стан промисловості, виділено такі загальні макроекономічні чинники, які ускладнюють фінансово-економічну діяльність підприємств цієї галузі економіки:

- існування диспропорції інвестування, особливо інноваційної діяльності;
- некерованість ринковими процесами рівноваги між попитом та пропозицією;
- недосконале законодавство та фіскальна політика;
- повільне інтегрування в стабільні ринки.

В Україні ще не склався дійовий механізм інвестування масштабних технологічних змін. Державні науково-технічні програми часто не забезпечують кінцевих результатів. Швидкість розпаду неконкурентоспроможних виробників значно перевищує темпи створення нових конкурентоспроможних. Така ситуація вимагає подальшого підвищення ролі держави у недопущенні деіндустріалізації країни і відновлення попиту на продукцію вітчизняних виробників на внутрішньому і світовому ринку. Для цього необхідно подолати перекося в структурі грошової маси, активізувати прикладні наукові досліджень, оскільки їх ослаблення в Україні неминуче погіршує її

соціально-економічні умови і, зокрема, підриває здатність підприємств промислового комплексу до інноваційної діяльності.

В умовах нестабільності політичної та економічної ситуації формування інноваційної стратегії, співпраця та партнерство є необхідним, а також розширення ефективних процесів та відповідних методів (важелів) впливу, а саме:

1. Оптимізація вертикальної інтеграції в напрямку розвитку. Для поліпшення вертикальної інтеграції повинен застосовуватись точний аналіз ключових компетенцій і можливостей для диференціації малих та середніх підприємств. Визначення масштабів та оптимізації вертикальної інтеграції вимагає застосування аутсорсингу, а також визначення потенціалу у сфері управління НДДКР.

2. Застосування ефективних процесів розробки продукту. В нестабільній економічній системі створення чітких структур є необхідним.

3. Ефективне управління і система контролю. Моніторинг процесу фінансування інноваційної діяльності значною мірою повинен спиратися на ефективні системи управління і контролю, що допомагає відслідковувати дані швидше й ефективніше, і перетворювати їх в ключові показники ефективності. Ключові індикатори включають критичні показники часу, бюджету та результатів окремих інноваційних проектів розвитку.

4. Бенчмаркінг. Рівень досліджень досвіду закордонних підприємств у період кризи може підтримувати ефективний розвиток промислового сектору економіки. Створення центру бенчмаркінгу в компанії може бути величезною перевагою в конкурентній боротьбі за ринки.

На нашу думку для ранніх етапів розвитку інноваційних підприємств найбільш результативні такі форми фінансування: гранти, державні субсидії в конкретне підприємство, власні кошти інноваційного підприємства та залучення зовнішнього капіталу. Типовими джерелами зовнішнього фінансування дольової є бізнес-інкубатори, стартап-центри і фонди венчурного капіталу.

Для стабільного функціонування промисловості необхідно не руйнувати державний сектор, а комерціалізувати його діяльність, посилити його функції як рівноправного суб'єкта ринкових відносин, що у ціновій політиці повинно проявлятися шляхом встановлення цін на свою частку власності, до якої повинні належати природні монополії, частина інфраструктури промислового виробництва, що перешкоджатиме порушенню господарських зв'язків. Необхідно запровадити порядок створення інноваційних асоціацій як засобу концентрації виробничими підприємствами фінансових ресурсів та розподілу ризиків реалізації інноваційних проектів, а також розробити державну систему страхування ризиків інноваційної діяльності, зокрема спеціально створеною державною чи державно-приватною страховою компанією.

Література:

1. Божанова О.В. Особливості управління економічним потенціалом промислового підприємства. / Вісник економіки транспорту і промисловості № 31, 2010
2. Сучасна інноваційна політика держави в Україні: проблеми та перспективи реформування / Л.В. Лебедева // Ефективна економіка. — 2014.- №1
3. Perez Carlota. Technological Revolutions and Financial Capital: The Dynamics of bubbles and Golden Ages. Cheltenham: Elgar, 2002.
4. Державний комітет статистики України - [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://ukrstat.gov.ua>
5. Інтернет – портал для управлінців Management.Com.Ua - [Електронний ресурс] - Режим доступу: http://www.management.com.ua/notes/more_innovation.html

УДК 336

Наталія Слободян, Ольга Погайдак

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

КОМПЛЕКСНИЙ ПІДХІД ДО ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ОБСЛУГОВУВАННЯ В УМОВАХ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Natalia Slobodian, Olha Pohajdak

COMPLEX APPROACH TO SERVICE QUALITY IMPROVING IN THE CONDITIONS OF BUSINESS ENTITIES

Необхідною умовою ефективного розвитку суб'єктів господарювання на сучасному етапі є високопродуктивна і творча діяльність трудового колективу, в чому важливу роль відіграє якість його обслуговування. Аналіз стану обслуговування працівників в умовах виробництва за останні роки свідчить про його суттєве погіршення. Разом з цим, пріоритети в реалізації державної політики на місцях, в цій галузі, на сьогодні віддаються не підвищенню якості і комплексності обслуговування, профілактичним заходам по зниженню професійних захворювань і т. д., а їх матеріальній компенсації. У зв'язку зі зміною соціально-економічних відносин значно ускладнюється управління цією сферою традиційними методами, що потребує переведення його на якісно новий рівень, формування принципово нового підходу до вирішення питань надання послуг працюючому населенню. Наприклад, проблеми у сфері медичного забезпечення працівників промислових підприємств доцільно розв'язувати шляхом:

- формування і послідовного проведення державної політики у сфері діяльності медико-соціального обслуговування працюючого населення;
- своєчасного відновлення трудового потенціалу держави за рахунок ефективного виявлення і лікування загальних, професійних та виробничо-обумовлених захворювань;
- наукового обґрунтування і вдосконалення організаційних форм медичного забезпечення і системи профпатологічної допомоги та диспансеризації, здійснення її структурної перебудови з пріоритетом на амбулаторно-поліклінічний рівень і стаціонарозаміщуючі технології в державних, приватних і відомчих лікувально-профілактичних установах (медико-санітарні частини, лікувально-оздоровчі центри, санаторії-профілакторії);
- створення та впровадження нової системи медичного моніторингу захворюваності на основі розробки критеріїв оцінки групових та індивідуальних професійних ризиків, факторів ризику порушення здоров'я працівників і формування єдиної інформаційної і санітарно-гігієнічної бази за умовами праці і станом здоров'я працюючого населення;
- упровадження динамічного контролю стану здоров'я працівників, що працюють у несприятливих професійно-виробничих умовах виробництва;
- удосконалення системи аналізу професійних та виробничо-обумовлених захворювань серед працівників, зайнятих в умовах дії шкідливих та небезпечних факторів виробничого середовища, наукового обґрунтування, розробки і впровадження системи медико-соціальної і трудової реабілітації;

Управління охороною праці на підприємстві теж важлива ланка загальної системи управління обслуговуванням в умовах підприємства. Таким чином, врахування в управлінні всіх факторів може бути досягнуто тільки при комплексному вирішенні завдань, пов'язаних із організацією комунально-побутового, санітарного, лікувально-профілактичного обслуговування працюючих та виробленні ефективних рішень.

УДК 331.0

Андрій Василюк

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ЦИКЛІЧНИЙ І СПІРАЛЬНИЙ РОЗВИТОК МАШИНОБУДУВАННЯ

Andrij Vasylyuk

CYCLICAL AND SPIRAL DEVELOPMENT OF MACHINEBUILDING

Галузі, що виготовляють засоби виробництва відображають циклічність розвитку не лише виробництва, а й обміну, розподілу та споживання в їхній органічній єдності. В сучасних умовах характер модифікації не обмежується лише зміною тривалості спадів (рецесії) і підйомів (бумів). Змінюється сама конфігурація циклу, що істотно відрізняє його від класичного циклу, тобто від циклу вільної конкуренції. Зменшилася амплітуда коливань економічної активності: фази економічного спаду стали коротшими, у той час як фази підйому виробництва – тривалішими. У той же час зменшилася й амплітуда коливань обсягів виробництва. Факторного аналізу зазнають тільки такі величини, які взаємопов'язані за принципом детермінації, і тільки в такому випадку має місце причинно-наслідкова залежність. Так показник обсягу продукції виступає результативним, а факторним є показник чисельності робітників. Нами запропоновані причинно-наслідкові залежності, що набувають форми спіралі.

Характер спіралі залежності фонду зарплати (Ф) від обсягу (О) реалізованої продукції машинобудування (співрозмірні показники) України відображає лінійну залежність за виключенням 2011 року, коли незначне зростання обсягу продукції відповідає зменшенню фонду зарплати. До співрозмірних відносимо показники одного порядку або з різницею в один порядок. За нашими прогнозами після рецесії у 2014 році прослідують пожвавлення з наступним підйомом у 2017 році із “западиною” у 2019 році. “Западина” розглядається як закінчення попереднього і початок наступного витка спіралі, як і циклу. Характер витка спіралі залежності фонду зарплати (Ф) від інвестицій (І) (співрозмірні показники) демонструє фазу зростання з переходом на пік у 2008 році і різку фазу спадання у 2009 році з петлею правогвинтового витка (незначне пожвавлення до 2010 року), після чого йде поворот на лівогвинтовий виток, що характеризується зниженням обох показників до даного часу.

Виток спіралі залежності середньої зарплати від обсягу реалізованої продукції показує різкий перехід пожвавлення у підйом (експансію), що задається переходом лінійної залежності виду $y=kx$ до 2007 року у кубічну виду $y=kx^3$ з подальшим спадом (кризою), що задається від'ємною параболою виду $y=-kx^2$ і в околі “западини” (2009 році) переходить у гіперболічну залежність виду $y=k/x$. Повторне пожвавлення спостерігається у 2010 році, набуваючи незначного буму в 2011 році з подальшим спадом – кризою аж до “западини” у 2014 року. Причому виток з 2009 до 2014 років відповідає розбіжній і спадаючій спіралі. Виток спіралі описується рівнянням виду $y=106(kx+kx^3-kx^2+k/x)$, яке отримане “зшиванням” перелічених окремих рівнянь для кожної фази.

Подальше прогнозування динаміки цих показників підприємств машинобудування демонструватиме підйом, починаючи із 2015 року, з переходом на пік у 2017 році з подальшим спадом (рецесією) до “западини” у 2019 році, яка, можливо, перевищить рівень показників у 2011 році. Залежність середньої зарплати від інвестицій демонструє правогвинтову витку спіралі. Такий виток спіралі показує плавний перехід пожвавлення у підйом (експансію), що задається лінійною залежністю виду $y=kx$ до 2008 року з подальшим спадом (кризою), що задається від'ємною параболою виду $y=-kx^2$ із утворенням в околі “западини” (2010) нижньої петлі, яка переходить у гіперболічну залежність виду $y=k/x$.

УДК: 339.1

Олена Брилінська, Ірина Вовк

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ІННОВАЦІЙНИЙ МАРКЕТИНГ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ ТА ІНСТРУМЕНТИ ЙОГО РЕАЛІЗАЦІЇ

Olena Brylinska, Iryna Vovk

INNOVATIVE MARKETING OF EDUCATIONAL SERVICES AND TOOLS FOR ITS IMPLEMENTATION

Сьогодні, коли доступ до інформаційних ресурсів такий легкий і кількість традиційних навчальних закладів постійно збільшується, особливого значення набуває інструмент освітнього маркетингу (educational marketing). Ця технологія вже давно популярна, зокрема в Сполучених Штатах Америки, де створюються відділи відповідальні за маркетинг коледжу чи університету.

Помилковим є твердження, що маркетинг доцільний лише для комерційних компаній і що рекламувати та «просувати» університет не вигідно. Як показує американська практика, діяльність в цьому напрямку, заощаджує гроші, концентрує увагу на вибраній категорії студентів, що дозволяє продумати цільову стратегію, підвищуючи ефективність набору студентів. З розвитком комунікаційних технологій маркетинг освітніх послуг збагатився інструментами через які можна дотягнутися до клієнта. Соціальні мережі, форуми, освітні платформи та дні відкритих дверей – все це чудово працює для завоювання нових студентів.

Ефірний час є дуже дорогим, а ролики зазвичай тривають не більше 1 хвилини. Раціональним виходом з цієї ситуації є створення власного каналу в youtube, де не тільки можна виставляти довші та менш офіційні ролики про життя в університеті, а й моніторити кількість переглядів, відвідувачів сторінки, отримувати зворотній зв'язок через коментарі, а також відслідковувати з допомогою Google Analytics, які з використаних інструментів приносять більшу користь. Ще одним, не таким відомим видом інтернет-комунікації є ведення університетського блогу.

Все більше студентів та їхніх батьків шукають інформацію про навчальні заклади в Інтернеті, отже онлайн-маркетинг для університетів сьогодні – це вже не додаткова перевага, а необхідність для виживання. Тобто веб-сайти навчальних закладів повинні постійно оновлюватись, показувати можливості, які забезпечує навчальний заклад. Основною ціллю освітнього маркетингу є підліток віком 16 - 18 років, а звичним способом проведення дозвілля для нього є відвідування соціальних мереж, зокрема «Вконтакті». Згідно з останніми дослідженнями, 80% кращих коледжів США використовували соціальні медіа для набору студентів. Ми привикли, що реклама навчальних закладів, це набір статистичних даних в поєднанні з традиційними лозунгами про якість навчання – в принципі нічого цікавого. Проте вражаюча графіка та комічні історії привертають увагу до реклами. Чудовим прикладом цього став Єльський університет (США).

Найцікавіше потенційним студентам буде спілкуватися з тими хто зараз вчиться в тому університеті. Теперішні студенти є однолітками абітурієнтів, тобто більше розуміють їхні потреби, про що вони хочуть почути і можуть забезпечити реальніший погляд на життя в університеті, надати практичні поради. З допомогою Google Alerts та Social Mention маркетинговий відділ може контролювати, коли з'являються обговорення їхнього університету у інтернет-просторі. Отже використання засобів маркетингу дає змогу випереджати конкурентів на ринку освітніх послуг.

УДК 35:005

Тарас Заблоцький, Юрій Вовк

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

КРЕАТИВНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ЯК ОДНА З ОСНОВ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Taras Zablotskiy, Yuriy Vovk

CREATIVE MANAGEMENT AS ONE OF THE PRINCIPLES OF INNOVATION ACTIVITY

Будь-яка соціальна система у своєму закономірному розвитку в певний час досягає найвищого рівня, в межах якого існуючі форми й методи управління вичерпують наявні ресурси. У такому разі постає необхідність пошуку нових форм і методів управління, причому не в рамках кількісної зміни цих форм і методів — їх інтенсивного розвитку, а у формі якісного перетворення інтелектуальної складової. Спостерігається тенденція розвитку менеджменту з перевагою соціально-економічних підходів та чітко акцентованою орієнтацією на людину, котра більшою мірою усвідомлює цінність своєї роботи й особистості. Ефективність діяльності організації залежить від людини та її знань. Тобто ще одна передумова розвитку менеджменту пов'язана з тим, що людина повинна ототожнювати себе зі своєю роботою та її результатами. Таким чином, згідно з науково-психологічною системою сучасного управління, менеджмент можна розглядати як менеджмент нового типу – креативний менеджмент, головною відмінною особливістю якого є орієнтація на розвиненіший рівень свідомості. Можна говорити про те, що креативний менеджмент оперує інтелектуальним продуктом як цілим і неподільним об'єктом, на основі динамічних методів аналізу у взаємодії з інтелектуальною й інноваційною діяльністю.

Креативний менеджмент розглядає цей продукт як складне структурне утворення. Тому створення нової системи знань, умінь і навичок має бути певним чином поділено на складові, кожна з яких потребує дослідження й осмислення з метою подальшого практичного використання. Інноваційний менеджмент, з одного боку, є креативним, з іншого – має один і той самий об'єкт розгляду. У першому разі зосереджується на зовнішньому аспекті, в другому – на внутрішньому. Поняття «креативний» стосується проблем управління тими колективами, які не передбачають чіткої формалізації предметних областей і мають критерії визначення мети. Креативний менеджмент зосереджує свою увагу на інтелектуальному продукті, що створюється, є результатом діяльності не окремої особистості, а колективу. На даний момент, існує криза у вітчизняному виробництві, незалежно від галузі, що зумовлена в надзвичайно низькою якістю управлінських рішень, які приймалися імпульсивно, без ґрунтового осмислення. На нашу думку, для підвищення якості цих рішень та їх інтенсифікації на всіх рівнях — від загальнодержавного до окремого робочого місця – особливого значення слід надавати проблемам креативного менеджменту. Досягнути успіху у цьому можна лише у разі визначення і використання нових, обґрунтованих з наукових позицій психологічно досконаліших методів підготовки вихідної інформації для фахівців, котрі приймають рішення. Саме такі методи може надати креативний менеджмент. Полягає складність вирішення цієї проблеми в тому, що потрібно, з одного боку, опрацювати величезний потік вихідної інформації, з іншого – зважати на специфіку прийнятих рішень і напрямів діяльності фахівців: кожен із яких має певні індивідуальні особливості (характер, навички, стереотипи). Водночас вона повинна бути результатом мобілізації всіх резервів осіб, котрі долучені до процесу,

основуватися на повному використанні їх творчого потенціалу, особливо якщо йдеться про глобальні та стратегічні рішення.

Слід сприяти розвитку індивідуальності – це стосується як окремого індивіду, так і діяльності колективу. Перешкодою для реалізації цього завдання є сучасна система виховання менеджера, що фактично призводить до придушення оригінальності, своєрідності, неординарності. У такому разі креативний менеджмент має на меті подолання однотипності, пересічності. Слід зазначити, що в Україні економічна криза переважно зумовлена відсутністю ефективних методичних можливостей. Той методичний апарат, яким оперують нинішні фахівці з менеджменту, прийнятний для функціонування в стабільних умовах, але нині значне відхилення спостерігається в інтелектуальному просторі. Це означає, що слід більше уваги приділяти творчості. Прикладні аспекти креативного менеджменту пов'язують насамперед з інноваціями і нововведеннями. Проблеми даного виду діяльності організаційно стосуються управління кадрами. Можна сказати про те, що креативний менеджмент не «вигадує» методів активізації творчого потенціалу, а лише визначає їх оптимальну номенклатуру і найраціональнішу послідовність розробок. При цьому цільові настанови й можливі обмеження у креативному менеджменті базуються на інноваційній діяльності, яка вможливорює необхідне функціонування інфраструктури. Не можна забувати і про відомі істини: чим більше творчості, тим більшою мірою вона належить до сфери мистецтва. Виникнення креативного менеджменту свідчить, що вся система менеджменту набуває ознак науковості, логічності, формалістики. Практика доводить, що перехід на новий рівень розвитку відбувається поступово, без порушення видимої цілісності створеної чіткої системи. Таким чином, система менеджменту входить у нову фазу розвитку, де можливі нові цікаві відкриття, насамперед в досягненні основ творчості.

Дослідження проведені групою Deloitte & Touche показали, що організації, які мають в дольовому співвідношенні до розміру бюджету більш високий обсяг інвестицій в людський капітал, функціонують краще, ніж організації в середньому. Вони мають: на 66% вище співвідношення ринкової ціни акцій до номіналу; на 300% вищі виплати акціонерам. Дослідження Pricewaterhouse Coopers ілюструють позитивну динаміку системного використання кадрових ресурсів. Компанії, в яких існує документальне оформлення стратегії управління людськими ресурсами, має: на 35% більш високий дохід в розрахунку на одного працівника; на 12% менше невходів на роботу. Протягом кількох років поспіль показники організацій США, які входять до списку 100 кращих компаній в номінації «Кращі компанії-роботодавці», перевищують основні бюджетні індекси. Підприємство отримує найбільшу віддачу від своїх співробітників, якщо: навчає їх, довіряє їм, ставить перед ними задачі, стимулює, розуміє, прощає. Отже, креативний менеджмент є однією з фундаментальних основ інноваційної діяльності. У нашій державі зараз тільки починають приділяти уваги цьому поняттю, але вже виявляються позитивні зрушення. Слід, якомога більше надавати людям можливості для творчості, розкриття своїх можливостей. Ми впевнені у кожному із нас вони присутні і розкривши хоча б на третину свій людський потенціал, а він безпосередньо пов'язаний із творчістю та креативними ідеями, людина зможемо досягти успіху у професійній діяльності.

Література:

1. Совершенство управления ресурсами / Пер. с англ. А. Л. Раскина, В. В. Шахлевича; Под науч. ред. В. В. Брагина. – М.: РИА «Стандарты и качество», 2008. – 352 с., ил. – (серия «Деловое совершенство»).

УДК 005.53

Галина Нагорняк, Софія Хом'як

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

СТАН ТА ПРИЧИНИ ВИНИКНЕННЯ НЕЗАВЕРШЕНОГО БУДІВНИЦТВА В УКРАЇНІ

Galina Nahorniak, Sofiya Hom'yak

CONDITION AND CAUSES OF CONSTRUCTION IN PROGRESS APPEARANCE IN UKRAINE

Реалізації потенціалу попиту на будівельному ринку в Україні перешкоджають низька купівельна спроможність населення та обмежені фінансові можливості суб'єктів реального сектору економіки, незбалансованість попиту за видами будівельної діяльності, недостатність дієвих програм стимулювання будівництва, критично висока частка незавершених таких об'єктів. Вагомим аспектом проблеми, що аналізується, є значна частка будівельних об'єктів, спорудження яких незавершене. Очевидно, що це обумовлено об'єктивними (тривалими періодами проходження дозвільних процедур, безпосередньо будівництва та здачі об'єктів в експлуатацію) та суб'єктивними (недостатність фінансування, зниження платоспроможності, втрата постачальника будівельних матеріалів чи субпідрядника будівельних робіт, форс-мажорні обставини та ін.) причинами.

Фінансові можливості вітчизняних будівельних підприємств, особливо після фінансово-економічної кризи 2008-2009 рр., не настільки потужні, щоб самостійно створювати великі будівельні об'єкти та лише після цього здійснювати їх продаж. З метою диверсифікації ризиків практично у всіх випадках використовують схеми державно-приватного партнерства, спільного фінансування будівництва об'єктів їх замовниками, банківськими структурами чи інвестиційними фондами, будівельними компаніями, суб'єктами інфраструктури будівництва. Таким чином, високим рівнем об'єктивності характеризується висновок про те, що збільшення частки незавершених будівельних об'єктів істотною мірою є наслідком зменшення попиту на них, причому йдеться про зниження попиту з боку не лише фізичних осіб, але й комерційних структур (що зводять офісні та торговельно-розважальні центри), державних фондів.

Отже, свідченням звуження попиту на будівельні роботи і послуги в регіонах України є істотне збільшення кількості незавершених будівель та інженерних споруд протягом. Тенденції є негативними, причому найвищими за регіонами України були темпи зростання кількості незавершених будівельних об'єктів за період 2006-2012 рр. у Сумській (у 6,9 рази), Миколаївській (у 6,4 рази), Запорізькій (у 4,7 разів), Дніпропетровській (у 4,6 рази), Закарпатській (у 4,1 рази), Харківській (у 3,2 рази), Донецькій (у 2,9 рази) та Вінницькій (у 2,8 рази) областях. Втім, є регіони, де за останні 6 років кількість незавершених будівельних об'єктів збільшилася лише на 30-50 % (Київська, Житомирська, Львівська, Чернівецька області, АР Крим). Частки об'єктів незавершеного будівництва будівель та інженерних споруд, де будівництво тимчасово припинене, в регіонах України залишаються істотними. У середньому це 58,4%. Тобто у понад половини об'єктів будівництво в Україні тимчасово припинене. Причому, у таких регіонах, як Житомирська, Кіровоградська, Волинська, Донецька, Одеська та Сумська області частка незавершених об'єктів перевищує 70%. Ситуація дещо краща в Івано-Франківській, Луганській, Рівненській, Тернопільській областях та м. Київ. Хоча одразу у трьох регіонах держави частки повністю законсервованих об'єктів

перевищували 8%, це Вінницька, Київська та Тернопільська обл. До негативного віднесемо й те, що понад 50% з припинених та законсервованих об'єктів були новими будівельними майданчиками.

Залежність попиту на будівельні роботи (послуги) і фінансового забезпечення будівельних підприємств у регіонах України пов'язана з малими частками таких причин незавершеності будівельних об'єктів та інженерних споруд, як недоцільність будівництва (у середньому за регіонами України – 3,5 %), інші причини (3,9 %) та порушення законодавства (0,1 %). Відтак у 92,5 % випадків припинення чи консервування будівництва відбулось через відсутність фінансування). Причому ця причина ще більш вагома у Вінницькій (98,1%), Волинській (97,7%), Дніпропетровській (93,4%), Житомирській (93,1%), Запорізькій (94,4%), Кіровоградській (93,1%), Львівській (93,0%), Одеській (96,5%), Рівненській (97,4%), Тернопільській (97,0%) та Чернівецькій (94,4%) областях.

До позитивного зарахуємо достатньо значну частку будівельних об'єктів, за якими забудовники мають намір продовжити (відновити будівництво) або перепрофілювати будівництво. Так, у середньому за регіонами України це 62,9% від загальної кількості будівельних та інженерних споруд, будівництво яких тимчасово припинено або законсервовано. У 15,8% випадків планується остаточно припинити будівництво та списати витрати, у 10,8% випадків – продати об'єкт будівництва, у а 10,5% забудовники мають інші наміри. На нашу думку, з огляду на дуже істотну частку об'єктів, будівництво за якими припинене чи законсервоване, ситуація виглядає вкрай невтішною, адже станом на початок 2012 рік забудовники в регіонах України свідомо не планують завершувати об'єкти будівництва. Особливо загрозовою є ситуація для будівельних ринків Харківської, Донецької, Кіровоградської, Житомирської, Запорізької, Луганської та Сумської обл.

Підтверджують проблеми з платоспроможним попитом у регіонах України на об'єкти будівництва й значні кількості та частки нежитлових будівель, будівництво яких тимчасово припинено або законсервовано. У найбільшій кількості було призупинено чи законсервовано будівництво об'єктів в освіті та медицині (30,5%) та у промисловості (19,4%). Якщо проблеми фінансування перших здебільшого пов'язані з їх приналежністю до бюджетної сфери, то других – з браком коштів приватних інвесторів. При обґрунтуванні учасників більш дієздатних інтеграційних форм господарювання у будівництві України слід урахувати ці особливості та підсилити їх життєздатність механізмами та засобами державно-приватного партнерства.

Системні недоліки програмування та планування розвитку будівельної сфери, зокрема – відсутність регіональних і місцевих стратегій та програм розвитку будівництва, мізерні обсяги фінансування і “не реалістичність” положень більшості програм підтримки житлового будівництва, призводять до відсутності єдиної, комплексної, виваженої та послідовної регіональної політики підтримки розвитку галузі та її підприємств з боку регіональних і місцевих органів влади. Підсилені інституціональними проблемами обмеженості можливостей суб'єктів недержавного сектору в регулюванні розвитку та вирішенні проблем галузі, недостатності фінансово-кредитної підтримки та механізмів страхування ризиків, непрозорості конкурентного середовища, існування значного тіньового та не облікованого секторів ринку, недостатності земельних ділянок, вони призводять до консервування практик жорсткого державного регулювання (спрямованого швидше на стримування, ніж на розвиток) будівництва, монополізації галузі, посилення її непрозорості, ускладнення доступу підприємств будівництва до фінансово-кредитного і страхового забезпечення.

УДК 338.658

Оксана Гарматюк, Христина Бакса

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД У СИСТЕМІ ОЦІНЮВАННЯ ПЕРСОНАЛУ

Oksana Garmatyuk, Christina Baksa

FOREIGN EXPERIENCE IN A SYSTEM EVALUATION OF PERSONNEL

На думку багатьох вчених, ефективність роботи організації складається загалом з ефективності використання всіх ресурсів, проте ключова роль відводиться саме потенціалу кожного працівника, оскільки, рівень підготовки та професіоналізму персоналу забезпечує раціональне використання решти видів ресурсів.

Людський капітал завжди розглядається як найцінніший ресурс, який невинно оновлюється, еволюціонує і є могутнім чинником економічного та соціального прогресу. Таким чином виникає необхідність в оцінці працівників для покращення відтворення людського ресурсу підприємства.

Оцінювання персоналу – це процедура, що здійснюється з метою виявлення ступеня відповідності професійних, ділових та особистих якостей працівника, кількісних і якісних результатів його трудової діяльності певним вимогам цілей та місії організації.

Проблеми, що стосуються оцінки кадрів, досліджувалися у працях таких зарубіжних науковців, як: І. Ансофф, М. Альберт, В. Веснін, М. Вудкок, Г. Десслер, Г. Зіммель, М. Мескон, Серед вітчизняних науковців можна відзначити: В. Данюк, О. Крушельницька, В. Савченко, О. Ситнік та ін.

В Україні недостатню увагу приділяють оцінюванню персоналу: з теоретичної та практичної точки зору, вона перебуває на етапі становлення.

Для визначення та підвищення ефективності відтворення людського капіталу необхідним є формування якісного методу його оцінки, це спонукає працівників до більш результативної діяльності, розвиває ініціативу, почуття відповідальності, стимулює до використання та розвитку професійно-кваліфікаційних якостей кадрів та дозволяє визначити відповідність характеристик персоналу вимогам посади чи робочого місця.

З всієї сукупності цілей і напрямів проведення оцінки персоналу виділяють основну – покращити управління трудовим потенціалом підприємства.

На результатах оцінки ґрунтується ряд управлінських рішень з наступних проблем:

- підбору та розміщення кадрів, визначення вкладу кожного працівника в діяльність підприємства;
- просування працівників як по вертикалі, так і по горизонталі;
- методів управління персоналом;
- зміцнення взаємозв'язків керівник-підлеглий.

Динамічний характер людських ресурсів вимагає ретельного аналізу методів та підходів до оцінки з метою їх удосконалення, також доцільним стає дослідження сучасних особливостей методів оцінки працівників та виявлення їх позитивних рис та недоліків.

Отже, оцінка кадрів на вітчизняних підприємствах потребує вдосконалення, яке може опиратися на накопичений зарубіжний досвід.

В зарубіжних організаціях функції з проведення оцінки кадрів розподіляються між лінійними керівниками та кадровими службами, останні, виходячи із

корпоративної політики, розробляють процедури їх практичного використання. Вони допомагають впроваджувати систему оцінок, розробляють програму навчання, проводять опитування.

Міжнародна практика виділяє такі основні методи оцінки персоналу: Assessment Center, Management by Objectives, Key Performance Indicators, «360 градусів», однак існує безліч їх комбінувань. Вибір методу оцінки персоналу на підприємстві залежить від корпоративної культури підприємства і відповідних завдань, що стоять перед ним.

Найбільш поширеним методом оцінки персоналу в Україні вважається Assessment Center (Центр оцінки). Метод використовують для підбору, навчання і розвитку персоналу.

Починаючи з 1960 року більшість американських корпорацій («IBM», «Сірс Робакс») створили власні центри оцінки персоналу.

Assessment Center – це метод оцінки персоналу, що включає в себе безліч оцінювальних процедур: інтерв'ю, психологічні тести та ділові ігри, для виявлення у нього професійно важливих якостей. Він дає змогу продемонструвати працівникам свої знання, вміння, здібності та особисті якості в певних ситуаціях.

В Україні він застосовується як для оцінки вищої, так і середньої ланки управління, а за кордоном – для топ-менеджерів.

Наступним найпоширенішим методом оцінки персоналу є метод управління за цілями – Management by Objectives (МВО).

Management by Objectives з'явився в 1960-1970-х роках у США.

При проведенні оцінки методом МВО на початку звітного періоду керівник та підлеглий складають завдання, результативність якого оцінюється по закінченню звітного періоду, який зазвичай збігається з фінансовим роком. Система охоплює всі посади – від персоналу нижньої ланки до топ-менеджерів. Рішення, прийняті за підсумками МВО: перегляд заробітної плати, виплата премій, нематеріальна мотивація.

Метод Key Performance Indicators (KPI) – система показників, за допомогою якої роботодавці оцінюють своїх співробітників. Показники кожного окремого співробітника прив'язують до загальних KPI усього підприємства (прибуток, рентабельність). Мета системи полягає в тому, щоб дії співробітників з різних служб не були суперечливими і не гальмували роботу інших підрозділів.

Оцінка «360 градусів» – отримання даних про дії працівника підприємства на основі його поведінки в реальних робочих ситуаціях та демонстрація ним ділових якостей. Інформація по цьому надходить від самого підлеглого, керівника, колег підлеглого та навіть його клієнтів. Оцінка може бути використана для вирішення найбільш широкого кола завдань, пов'язаних з професійним розвитком.

Отже, оцінка кадрів – одна з найважливіших складових системи управління персоналом. В Україні для оцінювання персоналу все ще характерним є не комплексність, брак систематичності та регулярності у застосуванні процедур оцінювання.

Періодичне оцінювання дозволяє визначити, чи є цінним даний працівник для підприємства; обґрунтувати доцільність підвищення оплати; оцінити ефективність роботи служби персоналу.

Досвід зарубіжних підприємств є корисним для українських компаній з позицій досягнення найбільш ефективного управління персоналом. Проте, слід пам'ятати, що перш ніж запроваджувати ті чи інші методи оцінки, необхідно оцінити ступінь об'єктивності такого рішення та проаналізувати можливі наслідки.

УДК 338.17

Ольга Костовецька, Ігор Стойко

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ПАЛИВНО-ЕНЕРГЕТИЧНІ РЕСУРСИ В СТРУКТУРІ СОБІВАРТОСТІ КОМУНАЛЬНИХ ПОСЛУГ

Olga Kostovecka, Igor Stoyko

ENERGY RESOURCES IN THE STRUCTURE OF MUNICIPAL SERVICES COST

Структура собівартості комунальних послуг характеризується високою питомою вагою паливно-енергетичних ресурсів. Послуги теплопостачання є найбільш енергоємними. Найвищу питому вагу мають витрати на паливо: в середньому по Україні-51%, вартість електроенергії складає в середньому 11%. По підприємствах водопровідно-каналізаційного господарства витрати на оплату електроенергії складають в середньому 31% від загальних витрат, а по окремих підприємствах до 50%.

В умовах постійного підвищення цін на електроенергію при відсутності механізму коригування тарифів на житлово-комунальні послуги, а також зростання вартості матеріалів та мінімальної заробітної плати собівартість послуг неухильно зростає, що обумовлює зниження рівня її відшкодування діючими тарифами та зростання збитковості.

Як свідчить моніторинг Мінекономіки, рівень відшкодування тарифів для населення по базових підприємствах регіонів становив:

- на послуги теплопостачання 50-92%;
- на послуги водопостачання 23-95% (100% лише у місті Києві);
- на послуги водовідведення 27-98% (лише у місті Києві-100%);
- на утримання будинків з ліфтами 45-98% (у Волинській, Рівненській, Тернопільській областях – 100%).

По всіх видах житлово-комунальних послуг у більшості регіонів спостерігається тенденція до зниження рівня відшкодування населенням вартості витрат підприємств на їх виробництво та реалізацію, при цьому рівень тарифів для промислових споживачів у кілька разів перевищує рівень тарифів для населення.

Здійснивши свого часу на власний ризик спроби реформування житлово-комунального господарства, окремі регіони сьогодні мають значний позитивний досвід реформування галузі та її адаптації до роботи в ринкових умовах. Так, у Краматорську (Донецька обл.) у вигляді пілотного проекту створена служба замовника по утриманню житла та надання комунальних послуг. Це надало змогу створити ринкові відносини між постачальниками та споживачами послуг, запровадити процедуру конкурсного відбору виконавців. У Кривому Розі взаємовідносини між ресурсопостачальними організаціями, організаціями з обслуговування житла та споживачами врегульовані з урахуванням принципу межі власності основних фондів. Усі 35 житлово-експлуатаційні контори мають свої розрахункові рахунки. У місті створено єдину систему комунальних платежів за житлово-комунальні послуги та на її базі довідкову службу. Для надання методичної та практичної допомоги підприємствам, окремим фізичним особам по створенню об'єднань співвласників багатоквартирних будинків у Дніпропетровську створено громадську асоціацію об'єднань співвласників багатоквартирних будинків. Крім того, на даний час у деяких містах України реалізуються такі пілотні проекти: Луцьку, Білгород-Дністровському, Рені (Одеська обл.), Одесі тощо.

УДК 347

Галина Нагорняк, Руслан Склярів, Валерій Лазарюк

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ ЗАХИСТУ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ У МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ ТА МОЖЛИВОСТІ ЇХ РОЗВ'ЯЗАННЯ

Galina Nahorniak, Ruslan Sklyarov, Valerij Lazaryuk

PROBLEMATIC ASPECTS OF INTELLECTUAL PROPERTY PROTECTION IN INTERNET AND THEIR POSSIBLE SOLUTION

Характерною ознакою сучасних підприємств є збільшення частки нематеріальних активів у складі ресурсів підприємства. Сучасний етап економічного розвитку передбачає всебічне використання результатів науково-технічної творчості у господарській діяльності підприємств для досягнення стратегічних конкурентних переваг. Стрімкий розвиток телекомунікаційних технологій, що носить глобальний характер, привів до зміни суспільних стереотипів передачі інформації. Сьогодні нормою є ситуація, при якій копіюється не реальна річ, а набір байтів на жорсткому диску комп'ютера. Це позначається на всіх сферах життя інформаційного суспільства, адже характеристики електронних носіїв допускають тиражування без особливих витрат – на відміну від попередніх механізмів поширення інформації. Актуальність проблеми інтелектуальної власності та її захисту обумовлена також тим, що значення прав на інтелектуальні продукти у внутрішньому та міжнародній соціально-економічній та культурній взаємодії має тенденцію до збільшення. Практично будь-який товар і будь-яка послуга в якості однієї зі своїх складових включають сьогодні інтелектуальний компонент. Захищеність прав на інтелектуальні об'єкти, що належать окремим державам у зв'язку з тим, що ці права не мають екстериторіальності, за останні десятиліття придбала величезне значення, оскільки очевидно, що промисловість, наукоємне виробництво можуть працювати на користь держави лише у тому випадку, якщо в цій державі створена дієва система захисту прав на результати інтелектуальної виробництва. Недостатня увага до питань, пов'язаних з регулюванням інтелектуальної власності, призводить до послаблення позицій наукового сектора та демотивації авторів.

Світовою спільнотою робляться посилені заходи для організації чіткого регулювання даної сфери. Так, у 1967 р. була організована ВОІВ (Всесвітня організація інтелектуальної власності), у 2000 р. була прийнята Окінавська хартія глобального інформаційного суспільства. У ній зафіксовано, що охорона прав на результати авторської та винахідницької праці є одним із пріоритетних факторів, що впливатимуть на формування суспільства у XXI ст. Проте, як і раніше, процвітає "піратство" – усі запропоновані на сьогоднішній час спроби вирішення є неефективні, оскільки не враховують глибинних соціально-філософських аспектів концепції, на якій базується інституціоналізація інтелектуальної власності. З соціально-філософської точки зору інтелектуальну власність можна трактувати як особливу форму соціального відношення, що виникає з приводу розпорядження об'єктами, що володіють певною структурою, що підтверджується патентом або авторським свідоцтвом. Способи специфікації та захисту об'єктів промислової власності та об'єктів авторського права, що надають можливість легітимного розпорядження ними, є різними. Ця різниця відображається в характеристиках структур, що фігурують в авторському свідоцтві та патенті. У випадку з об'єктами авторського права повне ознайомлення з інтелектуальним продуктом означає його споживання, що тягне за собою соціальні

наслідки, у той час, як у випадку з об'єктами промислової власності, соціальні наслідки тягнуть за собою втілення об'єкта, структура або спосіб виготовлення якого захищені патентом. Вважаємо, що однією з причин неефективності існуючого механізму захисту авторського права в мережі Інтернет, яка полягає у невідповідності реалізованої на справжній момент в законодавстві концепції створення “штучної рідкості” – з одного боку, та ідеології вільного обміну інформацією, що лежить в основі глобальної мережі Інтернет – з іншого. Ефективна модель захисту авторського права у глобальній мережі Інтернет повинна враховувати сформовані на сьогоднішній день способи оброблення та розповсюдження інформації, а також брати до уваги специфіку структур, що захищаються авторським правом. Сьогодні існують ряд моделей захисту авторського права в мережі Інтернет, які побудовані на принципі оцінювання авторських творів – без створення “штучної рідкості” доступу до них, що дозволяє підвищити ефективність захисту інтелектуальної власності у мережі Інтернет. Сьогодні завдяки розвитку інформаційних технологій (зокрема, мережі Інтернет) зникає проблема створення “штучної рідкості”, що змушує правовласників домагатися забезпечення цієї рідкості законодавчими заходами. Широко використовуваним є підхід, згідно з яким об'єкт інтелектуальної власності – це інформаційна структура, втілена на будь-якому придатному для її репрезентації носії. Напрошується висновок про те, що без об'єктивно спостережуваного матеріального носія неможливо було б ні довести, ні спростувати факт несанкціонованого доступу або розкрадання інформації.

На відміну від ситуації з промисловою власністю, копірайт можна порушити, просто завантаживши певний файл. Існує важлива властивість об'єктів авторського права – бути не тільки об'єктами споживання, а й засобами інформаційного виробництва. Альтернативи у побудові системи охорони інтелектуальної власності пов'язані не стільки з юридичними доктринами, скільки з філософськими, соціальними, політичними та ідеологічними аспектами. Якщо реалізувати підхід “штучної рідкості” (власність на результати інтелектуальної діяльності належить приватним особам або компаніям), то продукти інтелектуальної праці зберігають за собою статус товару, що потенційно забезпечує можливість отримання деякого доходу автору, але змушує вводити жорсткі законодавчі санкції та контроль, що ускладнює обмін інформацією. На практиці ніякий жорсткий законодавчий контроль не в змозі запобігти порушенню прав власності. У цьому випадку програють споживачі та проблематичним стає виконання законів, які порушуються переважно більшістю користувачів мережі. Також відображаються соціальні наслідки впровадження цих моделей. Виявляються соціальні джерела цих концепцій, якими виступають бізнес і академічне співтовариство відповідно.

Однією з причин неефективності існуючого механізму захисту авторського права в мережі Інтернет, яка полягає у невідповідності реалізованої на справжній момент в законодавстві концепції створення “штучної рідкості” – з одного боку, та ідеології вільного обміну інформацією, що лежить в основі глобальної мережі Інтернет – з іншого. Ефективна модель захисту авторського права в глобальній мережі Інтернет повинна враховувати сформовані на сьогоднішній день способи обробки та розповсюдження інформації, а також брати до уваги специфіку структур, що захищаються авторським правом. Враховуючи вище викладене, доцільно буде запропонувати інноваційно-концептуальну модель авторського права в глобальній мережі Інтернет, яка може слугувати соціально-філософським підставою для впровадження у практику законодавства альтернативного – можливо, значно більш ефективного – механізму інституціоналізації інтелектуальної власності, що враховує специфіку сучасних технологій передачі інформації.

УДК 339.138

Марія Зяйлик, Наталія Юрик

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Maria Zyaylik, Natalia Yurik

INFORMATIVE PROVIDING OF MARKETING ACTIVITY OF ENTERPRISES

Функціонування підприємств в умовах ринкової економіки потребує від керівників уміння бачити перспективи, приймати обґрунтовані стратегічні маркетингові рішення. Однією з передумов ефективної діяльності будь-якого підприємства є його інформаційна маркетингова система. Адже мінливе ринкове середовище висуває підвищені вимоги до маркетингової інформації про довкілля, а це спонукає до вибору найкращих механізмів інформаційного забезпечення управлінської діяльності й ефективного використання маркетингової інформації.

В сучасних ринкових умовах господарювання досить важливим є визначення сутності інформаційного забезпечення маркетингової діяльності підприємств. Перш ніж його аналізувати, необхідно уточнити зміст самого поняття “маркетингова інформація”, так як це допоможе визначити її місце у системі економічних ресурсів сучасного підприємства та обґрунтувати технологію використання.

Враховуючи думку маркетологів, можна відмітити, що маркетингова інформація – це інформація з усіх аспектів маркетингової діяльності підприємства, що є основою прийняття стратегічних і тактичних маркетингових рішень. Маркетингова інформація є однією із найважливіших складових інформаційного забезпечення підприємства, що передбачає наявність інформації, необхідної для управління економічними процесами, що міститься у базах даних інформаційних систем.

На сучасному ж етапі до інформаційного забезпечення висуваються такі вимоги: актуальність, достовірність та своєчасність інформації; висока швидкість збору, обробки і передачі; надійність із відповідним ступенем ризику; адресність; можливість багаторазового використання та кодування з метою захисту інформації. Протягом тривалого періоду часу інформаційному забезпеченню на вітчизняних підприємствах приділялося недостатньо уваги, що спричинило існування так званого інформаційного вакууму.

Створення дієвого процесу управління маркетинговою діяльністю ґрунтується на використанні значних обсягів інформації, яку неможливо накопичувати та обробляти без створення на підприємстві маркетингової інформаційної системи, яка створюється з урахуванням конкретних потреб підприємств. Адже будь-яке підприємство має низку специфічних особливостей як внутрішнього так і зовнішнього характеру, що впливають на процеси прийняття рішень. Мінімальна ж вимога до маркетингової інформаційної системи це задоволення інформаційних потреб кожної складової маркетингу.

Дослідження, проведені на підприємствах України свідчать про існування таких проблем інформаційного забезпечення маркетингової діяльності: дані, які використовуються в процесі прийняття маркетингових управлінських рішень, у

більшості випадків носять несистематизований і суперечливий характер, непристосовані до процедур і регламентів інформаційного обміну, базуються лише на даних внутрішнього звітування і майже не враховують вплив зовнішнього середовища через відсутність перевіреної інформації; недосконалість організаційної структури підприємства, відсутність узгоджених систем документообігу і посадових інструкцій провокує слабку мотивацію персоналу щодо освоєння сучасних інформаційних технологій; відсутність у більшості підприємств відділу маркетингових досліджень; невміння фахівцями визначати критично важливу для підприємства інформацію; приховування певної інформації як комерційної таємниці; відсутність можливості та бажання вкладати необхідні фінансові засоби в упорядкування інформації для вирішення проблем, що виникають на підприємствах; практично відсутні сучасні засоби автоматизації; персональні комп'ютери, які використовуються, не підключені ні до локальних, ні до глобальних мереж; низький рівень автоматизації робочих місць керівників і фахівців.

За результатами проведених досліджень доцільно здійснювати певні заходи щодо зниження рівня інформаційного ризику на підприємствах. Це: підвищення інформаційної насиченості маркетингової діяльності підприємств; підвищення рівня якості інформації; підвищення питомої ваги таких джерел маркетингової інформації, як постачальники, замовники, споживачі, конкуренти, посередники, рекламні агентства, засоби масової інформації, Інтернет; більш активно використовувати опубліковані джерела інформації і інформаційної індустрії.

Ефективне здійснення маркетингової діяльності підприємства неможливе без актуальної, повної, достовірної та всеосяжної інформації про споживачів, конкурентів та кон'юнктуру ринку, отриманої на основі сучасних інформаційних технологій, методів і моделей аналізу та представлення інформації. Для ефективного його функціонування в умовах маркетингу, необхідно одержувати адекватну інформацію до і після прийняття рішень. Адже, актуальність інформації дозволяє постійно стежити за станом зовнішнього і внутрішнього середовища та координувати маркетингову стратегію з урахуванням виявлених змін. А оперативність збирання інформації передбачає отримання своєчасної інформаційної підтримки при прийнятті рішень, що в підсумку дозволяє покращити результати діяльності підприємства.

Сучасний розвиток підприємств вимагає своєчасності, достовірності та повноти інформації, без якої неможлива ефективна маркетингова діяльність, тому використання в управлінні підприємства інформації, що відповідає вказаним вимогам дозволяє отримати ринкові переваги, підкріплює інтуїцію та ефективно підтримує прийняття управлінських рішень.

В маркетинговій інформаційній системі вирішується комплекс взаємозалежних задач, реалізація яких на основі використання сучасних методів керування, застосування економіко-математичних методів і моделей, комплексу технічних засобів і інформаційних технологій забезпечує автоматизацію виконання функцій і процедур маркетингу. Відповідно отриманої маркетингової інформації, керівництво підприємства має змогу приймати ефективні управлінські рішення щодо розробки маркетингової стратегії, комунікаційної діяльності, ціноутворення, методів розподілу і збуту кожного виду товару по кожному сегменту споживчого ринку, а також проводити прогнозування та планування очікуваних доходів у майбутніх періодах.

УДК 351.72

Галина Машлій, Уляна Кипибіда

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ПРОБЛЕМИ ЗАЛУЧЕННЯ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ В ЕКОНОМІКУ УКРАЇНИ

Galina Mashliy, Uliana Kurybida

PROBLEMS OF FOREIGN INVESTMENTS INVOLVEMENT INTO ECONOMY OF UKRAINE

У сучасному динамічному світі інвестиції відіграють важливу роль. Згідно з Законом України «Про інвестиційну діяльність» інвестиціями є всі види майнових та інтелектуальних цінностей, що вкладаються в об'єкти підприємницької та інших видів діяльності, внаслідок якої створюється прибуток або досягається соціальний ефект.

Враховуючи, що внутрішніх ресурсів України для забезпечення фінансами потреб національного господарства в належному обсязі не вистачає, актуальним є завдання залучення інвестицій із зовнішніх джерел. Економіка України має значний ресурсний потенціал, в який чимало інвесторів можуть і хочуть вкладати свої кошти.

Іноземні інвестиції сприяють економічному зростанню економіки, її інтеграції в світове господарство на основі перенесення виробничих потужностей, передачі технологій, капіталу, управлінського досвіду, навичок, інновацій. Доцільно зазначити, що для України як держави з перехідною економікою необхідно розглядати залучення іноземних інвестицій у контексті структурних змін та вирішення завдань виходу із кризового стану й економічного зростання.

Перевагами залучення іноземного капіталу в економіку України є:

– створення стратегічних альянсів між українськими та зарубіжними підприємствами;

– використання зарубіжного організаційного й управлінського досвіду;

– можливість збільшення обсягів капітальних вкладень;

– впровадження сучасних технологій;

– стимулювання розвитку експортного потенціалу;

– підвищення рівня зайнятості та кваліфікації робочої сили;

– прискорення темпів структурної перебудови економіки.

Недоліками залучення іноземного капіталу в економіку України є:

– збільшення залежності країни від іноземного капіталу;

– трансферт частини прибутків за кордон;

– жорстка експлуатація вітчизняних сирових ресурсів [1].

Україна потенційно може бути однією з провідних країн по залученню іноземних інвестицій. Цьому сприяє її величезний природно-ресурсний потенціал, вигідне економіко-географічне положення, наявність кваліфікованої робочої сили, значний внутрішній ринок, місце в світовій геополітичній політиці провідних країн світу.

Література:

Савчук Н. Стан інвестиційного клімату України та напрямки його покращення [Текст] / Н. Савчук // Науковий вісник «Демократичне врядування». – 2011. – № 8. – С. 3.

УДК 65.338

Наталія Юрик, Ольга Дужак

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

АНТИКРИЗОВЕ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Natalia Yuryk, Olga Dyzhak

ANTICRISIS MANAGEMENT OF ENTERPRISE

Антикризове управління підприємствами – відносно нове явище для економіки України. Наслідки економічної кризи на вітчизняних промислових ринках особливо гостро ставлять питання про необхідність вдосконалення стратегії розвитку підприємства і підготовки до наступної фази зростання. Загальні рекомендації щодо удосконалення стратегії вітчизняних підприємств охоплюють удосконалення всього стратегічного набору, тобто корпоративної, ділової та функціональних стратегій підприємств.

Отже, система антикризового управління повинна забезпечувати постійний моніторинг кризових явищ, здійснювати планування, організацію та реалізацію антикризових заходів з метою збереження базових позитивних характеристик підприємства, а також відновлення його ефективного функціонування.

Предметом антикризового управління є передбачувані та реальні причини кризи, фактори що її викликають, симптоми та наслідки до яких вона призводить, тобто, всі прояви порушення рівноваги, які спричиняють загрозу настання та розвитку кризи.

Головною метою антикризового управління є забезпечення в соціально-економічній системі стійкого становища та стабільного прогресуючого розвитку під впливом несприятливих чинників зовнішнього та внутрішнього середовища.

Основними завданнями системи антикризового управління підприємством є: здійснення постійного моніторингу зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства; здійснення розробки заходів щодо зниження зовнішньої вразливості соціально-економічної системи (підприємства, організації); прогнозування можливості виникнення криз на підприємстві; підвищення внутрішньої гнучкості управління підприємством в кризових ситуаціях; розробку випереджувальних планів щодо методів управління у кризових ситуаціях; негайне впровадження запланованих практичних антикризових заходів у разі виникнення кризової ситуації; управління процесом виходу підприємства з кризи та ліквідації нанесених збитків.

Згідно основної мети антикризового управління впливає, що процес виведення підприємства з кризового стану має відбуватися не хаотично та безсистемно, він має бути належним чином організований та скоординований. Розробка стратегій антикризового управління підприємством потребує використання механізмів постійного відслідковування внутрішнього та зовнішнього середовища з метою виявлення факторів, що загрожують функціонуванню соціально-економічної системи. Реалізація даного механізму можлива за допомогою застосування діагностичних досліджень: статичне, аналітичне, експертне діагностування, лінійне і динамічне програмування.

Дані види досліджень, як показує практика антикризового управління діяльністю підприємств, дають оптимальні результати по відношенню до отриманих сигналів щодо зміни стану підприємства на тому чи іншому етапі його життєвого циклу. Пропонуємо, сучасне антикризове управління розглядати як управління, яке здатне випереджати або пом'якшувати кризи, а також утримувати функціонування підприємства в режимі виживання в певний період і виводити його із кризового стану з мінімальними витратами.

УДК 347

Галина Нагорняк, Ірина Нагорняк, Роман Оксентюк

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

**АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ПРОЦЕСУ ЕФЕКТИВНОГО
УПРАВЛІННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЮ ВЛАСНІСТЮ СУЧАСНОГО
ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА**

Galina Nahorniak, Iryna Nahorniak, Roman Oksentyuk

**KEY ASPECTS OF EFFECTIVE MANAGEMENT OF INTELLECTUAL
PROPERTY OF MODERN INDUSTRIAL ENTERPRISE**

Сучасний етап економічного розвитку передбачає всебічне використання результатів науково-технічної творчості у господарській діяльності підприємств для досягнення стратегічних конкурентних переваг. Останнім часом особлива увага приділяється формам комерціалізації інтелектуальною власністю і методам оцінки об'єктів інтелектуальної власності. Інтелектуальна власність – це система економіко-правових відносин власності щодо результатів творчої діяльності людини. Під управлінням у найзагальнішому вигляді розуміють процес цілеспрямованої поведінки системи за допомогою інформаційного впливу, що виробляється особою (групою осіб) чи пристроєм. Управління інтелектуальною власністю (ІВ) – це діяльність, спрямована на отримання кінцевого результату – прибутку або іншої користі внаслідок створення та використання об'єкту (об'єктів) права інтелектуальної власності (ОПІВ) у всіх галузях економіки. Управління ІВ підприємства – це діяльність, спрямована на максимізацію прибутку, створення тимчасового монопольного становища на ринку або збільшення ринкової вартості компанії за рахунок використання ОПІВ у власній господарській діяльності для задоволення потреб споживачів краще ніж конкуренти.

Можна виділити наступні варіанти управління ІВ: управління результатами науково-технічної творчості; управління ОПІВ; управління людьми, що створюють ОПІВ; управління організаціями, що замовляють, розробляють, володіють та користуються ОПІВ; управління державною системою ІВ. Системою управління інтелектуальною власністю підприємства є сукупність взаємопов'язаних елементів, що спрямовані на досягнення мети підприємства (максимізацію прибутку, зайняття та розширення певного сегменту ринку, підвищення ринкової вартості компанії) за рахунок створення та ефективного використання результатів науково-технічної творчості, найповнішої реалізації інтелектуального потенціалу працівників підприємства. Реалізацію процесу управління ІВ можна розглядати у розрізі наступних площин: планування системи управління ІВ: визначення концепції, формулювання ключових принципів та підходів до управління ІВ, розробка стратегії управління ІВ; створення системи мотивації персоналу, що означає не лише матеріальне стимулювання, а й створення творчої атмосфери, матеріально-технічної бази та наявність цікавих проєктів, у виконанні яких спеціалісти можуть реалізувати свій потенціал. Формування атмосфери розуміння та сприйняття інноваційної діяльності, забезпечення творчого розвитку співробітників та їх здібностей до накопичення та примноження об'єктів ІВ; забезпечення генерування ідей – як процесу інтелектуальної діяльності людини щодо створення чогось якісно нового, визначення цінного доробку з загальної маси напрацювань в процесі реалізації проєкту, експертизи одержаної ІВ; формування портфелю ОПІВ, тобто сукупності патентів та інших охоронних документів, що захищають сукупність науково-технічних напрямів у рамках яких створено товарний продукт. Здійснення оцінювання вартості портфелю ОПІВ з урахуванням витрат на їх створення, вартості аналогічних об'єктів тощо;

комерціалізації ІВ через проведення систематичних маркетингових досліджень для визначення доцільності виходу на ринок товарів та послуг розроблених на основі ОПІВ, а також процес безпосереднього виводу ОПІВ на ринок, якщо це визнається прийнятним та доцільним в рамках стратегії розвитку організації. Паралельно готується рішення щодо трансферу технологій – внутрішнього чи зовнішнього залежно від спектру та напрямків діяльності організації; захисту ІВ через визначення стратегії та заходів щодо захисту результатів інтелектуальної діяльності персоналу підприємства. Опрацювання засобів, що забезпечують захист від несанкціонованого використання ОПІВ; моніторингу процесів управління ІВ як системного контролю та регулювання процесу руху інформаційного потоку.

При оцінюванні ефективності управління інтелектуальною власністю промислового підприємства доцільно розрізняти стратегічне та оперативне управління і використовувати для них різні показники. Що стосується стратегічного управління, то пропонується використовувати такі критерії як ринкова вартість компанії, темпи зростання ринкової вартості, частка ринку (в абсолютних одиницях та у відносних в порівнянні з найближчими конкурентами). В якості критеріїв оцінки ефективності оперативного управління інтелектуальною власністю пропонуються наступні: кількість чинних об'єктів права інтелектуальної власності; відсоток результатів науково-технічної творчості, що використовуються у господарській діяльності підприємства; відсоток продажу нових або вдосконалених продуктів у загальному обсязі продажу; частка заощаджень внаслідок використання нових або вдосконалених процесів і технологій у загальних витратах на НДДКР.

Відповідними відправними точками могли б стати витрати на підтримання “портфелю” інтелектуальної власності та заздалегідь пов'язаних із нею юридичних прав. Це можуть бути результати інвентаризації прав на об'єкти права інтелектуальної власності на підприємстві, оцінки рівня знань з питань інтелектуальної власності в менеджерів, розуміння персоналом ролі інтелектуальної власності в створенні конкурентоспроможних товарів і послуг, інформація про склад портфелю інтелектуальної власності в конкурентів або про ті об'єкти права інтелектуальної власності, завдяки яким отримують доходи. Періодична оцінка вартості гудвілу підприємства є інтегральною характеристикою ефективності управління інтелектуальною власністю. Проведення технологічного аудиту на підприємстві допоможе виявити об'єкти права інтелектуальної власності, які воно не використовує зовсім або недостатньо. Продаж прав на ці об'єкти, з одного боку, дозволить заощадити кошти на їх підтримання, а з іншого – отримати додатковий прибуток. Управління інтелектуальною власністю дозволяє: ефективно управляти інноваційною діяльністю, підвищувати ефективність виведення інноваційних технологій на ринок за допомогою комерціалізації результатів НДДКР, отримувати фінансову вигоду від нематеріальних активів.

З метою вдосконалення механізмів управління і оцінки інтелектуальної власності необхідно: – підсилити роль держави у формуванні і розвитку українського ринку інтелектуальної власності шляхом своєчасного прийняття законодавчих актів, спрямованих на стимулювання інвестицій в інтелектуальну власність і підвищення її частки в господарському обороті підприємств; застосовувати у вітчизняних стандартах і методиках оцінки принципів, критеріїв, методів і нормативів визначення вартості прав інтелектуальної власності, закріплених в європейських стандартах; розвивати методичну базу оцінної діяльності в частині оцінки прав інтелектуальної власності, до основних напрямів вдосконалення якої можна віднести розробку алгоритмів, що дозволяють достовірніше визначити ринкову вартість об'єкту оцінки.

УДК 347.777

Галина Нагорняк, Ірина Качур

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна

**ПРАВОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАУКОВОГО ВІДКРИТТЯ ЯК
ОБ'ЄКТА ПРАВА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ В УКРАЇНІ**

Galyna Nahorniak Iryna Kachur

**LEGISLATIVE PROVIDING OF SCIENTIFIC DISCOVERY AS A
OBJECT OF RIGHT OF INTELLECTUAL PROPERTY IN UKRAINE**

Розвиток світової економіки спричиняє процеси переходу від індустріального до постіндустріального виробництва, глобалізації, інформатизації, технологічної революції. Результатом цих процесів є підсилення інтелектуального фактору, поява “економіки, яка ґрунтується на знаннях”. На сучасному етапі економічного розвитку провідні країни розглядають інтелектуальну власність як одну з важливих складових національного багатства. По міру просування економіки до більш наукоємної моделі розвитку інтелектуальна власність стає одним з основних активів підприємства. Дослідження показують, що чим успішніше та продуктивніше працює підприємство, тим стає вищою частка інтелектуальної власності у структурі його активів. Інтелектуальний капітал є предметом обговорення багатьох теоретиків і практиків управління. Головним елементом наукової творчості на рівні наукового співтовариства є поняття феномену відкриття. Науковим відкриттям є встановлення невідомих раніше, але об'єктивно існуючих закономірностей, властивостей та явищ матеріального світу, які вносять докорінні зміни у рівень наукового пізнання (ст. 457 ЦК).

До об'єктів відкриттів належать по-перше, закономірність матеріального світу – це невідомий раніше, але об'єктивно існуючий і такий, що вносить докорінні зміни в рівень пізнання, істотний і стійкий зв'язок між явищами або властивостями матеріального світу; по-друге, властивість матеріального світу – це невідома раніше об'єктивно існуюча якісна сторона об'єкта матеріального світу (необхідно встановити існуючу незалежно від волі і свідомості людини невідому раніше якісну визначеність об'єкта стосовно до інших об'єктів, з якими він взаємодіє); по-третє, явище матеріального світу – це невідома раніше об'єктивно існуюча і така, що вносить докорінні зміни у рівень пізнання, форма прояву сутності об'єкта матеріального світу (причому явище та сутність перебувають в органічній єдності). Суб'єктами права інтелектуальної власності на наукові відкриття є лише фізичні особи – автори, інтелектуальною, творчою діяльністю яких зроблене наукове відкриття. Право на наукове відкриття засвідчується дипломом і охороняється в порядку, встановленому законом.

Закономірності, властивості та явища матеріального світу об'єктивно існують незалежно від наявності чи відсутності знання про них, а об'єктом наукового відкриття стають з моменту виявлення та формулювання їх особою. Змістом відкриття є встановлення певних наукових фактів, які досить часто не достатньо просто констатувати, а необхідно ще й науково пояснити. Що стосується необхідності внесення корінних змін до рівня пізнання, то їх вносять саме закономірності, властивості та явища матеріального світу як такі, а не їх виявлення. До основних ознак відкриття можна віднести: світову новизну, вірогідність, фундаментальність. Документом, що здійснює підтвердження права на відкриття, є диплом. Він видається на ім'я автора та засвідчує визнання виявлених закономірностей, властивостей і явищ матеріального світу науковим відкриттям; пріоритет та авторство на наукове відкриття. Оскільки для наукового відкриття необхідна світова новизна, то законодавче

закріплення державної реєстрації наукових відкриттів дає можливість закріпити пріоритет не лише автора наукового відкриття, а й держави в цілому.

Первинним суб'єктом відносин інтелектуальної власності на наукове відкриття є автор наукового відкриття, тобто фізична особа, творчою працею якої вчинене відкриття. Діюче цивільне законодавство чітко не визначає, що автором наукового відкриття може бути лише фізична особа, але зазначення у ч. 1 ст. 458 ЦК права автора надати створеному ним науковому відкриттю свого ім'я, виходячи із положень ст. 28 ЦК, фактично виключає будь-яку можливість розглядати авторами відкриття юридичних осіб або державу.

Новизна наукового відкриття означає встановлення невідомих раніше, але об'єктивно існуючих закономірностей, властивостей та явищ матеріального світу. Відомості про наукове відкриття мають бути невідомими до дати його опублікування суспільству. При цьому новизна наукових відкриттів має абсолютний характер, що означає, що не може бути надана правова охорона відкриттю, інформація про сутність якого була опублікована в Україні або за кордоном, або іншим чином доведена до відома невизначеного кола осіб. Основною ознакою наукового відкриття є його новизна. Новизною визнають абсолютну світову новизну наукового положення, заявленого як відкриття. Новизну відкриття встановлюють на дату пріоритету. Пріоритет наукового відкриття визначають за датою, коли вперше було сформульовано положення, заявлене як відкриття, за датою опублікування зазначеного положення в пресі або за датою доведення його іншим шляхом до відома інших осіб. Якщо заявка не містить даних, які офіційно підтверджують дату встановлення пріоритету в зазначеному порядку, пріоритет відкриття встановлюють за датою подання заявки. Практично для закріплення пріоритету використовують найрізноманітніші дати: публікації статті, подання статті до редакції, доповіді на семінарі, захисту дипломної роботи тощо. Достовірність наукового відкриття передбачає його відповідність законам, властивостям та явищам об'єктивної дійсності. Достовірність висунутих в якості відкриття наукових положень підлягає теоретичному або експериментальному доведенню.

Внесення докорінних змін у рівень наукового пізнання означає, що відкриття представляє собою істотний, фундаментальний внесок в існуюче наукове сприйняття об'єктивної дійсності. Відкриття вносить докорінні зміни у рівень наукового сприйняття, якщо воно може бути основою нових напрямків у розвитку науки і техніки, принципово змінює існуючі теоретичні уявлення, дає пояснення та експериментальне підтвердження раніше невідомим фактам, явищам чи властивостям матеріального світу.

Важливим значенням для наукових відкриттів є охорона, яка можлива, за умови, що відкриття не будуть суперечити суспільним інтересам, принципам гуманності і моралі та відповідає умовам охороноспроможності, тобто "новим", достовірним та вносить докорінні зміни у рівень наукового пізнання. Наукове відкриття є суспільним надбанням. На відкриття, на відміну від інших об'єктів права інтелектуальної власності, можуть бути надані лише особисті (немайнові права), оскільки ці об'єкти мають певну специфіку: автор не створює відкриття, а тільки встановлює невідомі раніше, але об'єктивні закономірності, властивості та явища (створені природою, а не автором); право на відкриття не може бути виключним, оскільки це призведе до надмірно широкої монополії, яка порушить баланс інтересів між автором і суспільством. Загалом наукове відкриття у своїй цілісності є підсумком розв'язання креативної ситуації та завершальною стадією процесу переходу від новації до інновації.

УДК 338.65

Світлана Генова

Komrat State University of Moldova

СТВОРЕННЯ ВИНА ЛОГОТИПОМ РЕСПУБЛІКИ МОЛДОВА В УМОВАХ ЕКСПОРТНО-ОРІЄНТОВАНОЇ ЕКОНОМІКИ

Svetlana Genova

CREATION OF WINE PRODUCTS' LOGOTYPE OF THE REPUBLIC OF MOLDOVA IN THE CONDITIONS OF EXPORT-ORIENTED ECONOMY

The Republic of Moldova is an integral part of Europe. The Republic of Moldova became a member of the United Nations Organization on March 2, 1992, a member of the Council of Europe - on July 13, 1995, and since July 26, 2001, the Republic of Moldova is a full-right member of the WTO.

Wine is an important part of Moldovan daily life, and by most estimates, has been made on Moldova's land since 500 B.C. Roughly half of Moldovan families produce their own wine, and wine is present at most of life's celebrations from birthdays to religious holidays. The industry employs about 250,000 people and generates an estimated 5 percent of GDP and 7 percent of the country's exports. Yet, despite the cultural and economic importance of wine, the industry lacked robust sector-wide communication and public-private dialogue, which hampered its ability to modernize and be competitive. Thus, there is enough evidence to suggest that the wine industry is one of the leading industries of the country's economic structure. Its intensive development remains one of the Moldova's priorities. Under the circumstances of expanding market boundaries, it is important for domestic wineries to take into account the global trends in the world economy, determining competitiveness, as one of the key factors for successful business

The Republic of Moldova has developed a national promotion program "Wine of Moldova" aiming to build Moldova's image as a quality wine producing country and to build new partnerships on EU markets. "Wine of Moldova" will serve as a wine country brand promoting those wines selected to represent the best Moldova's wine potential, under the supervision of the National Office for Wine and Vine (ONVV), a public institution founded by the wine industry and the government to manage promotion activities, wine sector development programs and the PGI/PDO promotion system.

At the same time, particularly relevant has become the study and active implementation of enterprise management, including the marketing aspects of the brand policy. The explanation for this reason is that brand policy is a main structure part in the product policy. Incontestable proof of this is the fact that all meaningful purposes of other factors depend on how to build the effective policy of the brand of the wine enterprise policy in conditions of discovery of new consumer markets of the EU countries. "Our wine has been crafted by generations of winemakers in the largest cellars in the world appreciated by consumers in both east and west supported by legends that everyone can embrace"- reads as legend alive "Moldova Wine".

The analysis of the marketing scientific literature, the author of the publication came to the conclusion that the policy of the brand, is an integral part of the product policy of the enterprise.

In this sense, the following context of formulation seems to be logical: product policy of a company – is a set of marketing decisions related to: assortment policy, brand policy,

packaging policy, before / after-sale policy, aimed at improving (maintaining) high quality of product and company competitiveness. Thus, taking into account the above mentioned, in the context of the structural components of the company's product policy, it is important to perceive of the brand policy the, as part of product policy.

Together with this is important to give the definition of the brand policy. To base of the definition of the product policy it means the process of logotype development, namely, creating and maintaining constant communication with consumers using the stable set of differences, which implies guaranteed quality

The launch of the generic wine brand "Wine of Moldova" is the culmination of more than two years of the wine sector reform, consisting of: the harmonization of the wine legal framework with the EU regulation, the settlement of the production of wines with protected geographical indication, the definition of its key target markets and the marketing strategy and the regulation of the quality control accordingly to international standards. In addition, Moldovan wineries have invested in the last 3 years (2011-2014) about 15 mln EUR in new equipment, technology and vineyards

As mentioned above, the expansion of market opportunities for Moldovan wineries, directs the management vector in favor of conducting an effective brand policy. Moldova is a fertile land. Generations of winemakers crafted our wine with dedication, through centuries.

The country's wineries gained worldwide fame. The past and the present intertwined in our legend, inspiring the future of our victories. One of the basic terms determining the efficiency successful of company logos is a need to complete the list of the defining marketing factors. Proceeding from the above mentioned, it can be concluded that Moldova currently has list of the marketing factors regarding of elaborating an effective brand policy for wine products. Its implementation will allow the development of the country's potential with a view to producing wine products with famous logotype and will create conditions for access of local products in international markets, and will contribute to the realization of a number of strategies adopted by the Government of the Republic of Moldova

The Republic of Moldova in a relatively short time succeeded to establish its national framework and to join the international system of protection of geographical indications. Our country has a considerable potential to produce wines eligible to bear the geographical indications and appellations of origin. It is important to elaborate an effective brand policy for wineries of the Republic of Moldova. On this period is necessary to develop this potential, Moldova should build a workable and effective brand policy and to highlight the worth of all its advantages to the benefit of the entire society. More importantly for Moldova's future, the wine industry is a key sector of the Moldovan economy. Moldovan winemakers display the talent and capacity to produce wines that compete globally and the Moldovan wine industry is demonstrating that it can also market wines efficiently

Bibliographic references:

1. Gaina B., Aricova Z., Rotaru A., Tarasov A., Менеджмент качества винодельческой продукции. Монография, Комрат, Комратский Государственный Университет (Издательство „Safin-Grup”), 2013, 160 с.
2. Ghenova Sv., Aricova Z., Marketing Aspect of the Product Policy Content of Wineries // Revista Economica, ASEM, Cishinau, № 4 (90), 2014, P.20-28
3. http://www.bnm.org/md/bnm_balance - Balanța de plăți a Republicii Moldova 2014

УДК 330.322

Ольга Мосій, Світлана Шмигун

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

НАПРЯМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ У СФЕРІ ВІТЧИЗНЯНОГО АГРОПРОМИСЛОВОГО КОМПЛЕКСУ

Olga Mosij, Svitlana Shmyhun

DIRECTIONS OF INVESTMENT CLIMATE SUPPORT IN THE AREA OF NATIONAL AGRICULTURAL AND INDUSTRIAL COMPLEX

Однією з найгостріших проблем активізації інвестиційної діяльності в Україні є нестача інвестиційних ресурсів. Агропромисловий комплекс (АПК), як один із базових секторів економіки України потребує значних інвестиційних ресурсів. Старе виробництво, відсутність коштів на модернізацію виробництва, недосконала законодавча база, слабка підтримка держави, нестача кваліфікованої робочої сили роблять процес інвестування у цей сектор непривабливим для інвестора. Загальний рівень та темпи розвитку галузей сфери АПК України значною мірою визначаються макро- та мікроекономічними пропорціями суспільного економічного відтворення, які формують відповідні грошові потоки та рух фінансових ресурсів згідно із дією економічних законів господарювання. Вони зумовлюють генерацію зовнішніх відносно підприємств і внутрішньогосподарських економічних чинників виробництва та формування фінансового стану суб'єктів господарювання. Залучення інвестиційних ресурсів в аграрну економіку країни шляхом створення сприятливого інвестиційного клімату, разом із питаннями законодавчого забезпечення гарантій збереження капіталу і оподаткування, мають вагоме значення.

Розрахунки показників необхідних обсягів залучення інвестицій без детального обґрунтування можливостей їх максимально ефективного освоєння не можуть бути адекватними критеріями оцінки рівня економічного розвитку галузей аграрної економіки держави та підвищення їх конкурентоспроможності. Посилення в Україні ступеня зрілості системи ринкових економічних відносин породжує більш досконалі форми функціонування капіталу та процесу капіталоутворення у розширеному суспільно-економічному відтворенні, здійснюваному у сфері інвестиційної діяльності суб'єктів господарювання в аграрній економіці. Можливість одержання суб'єктом господарювання певної суми залученого на умовах партнерства інвестиційного капіталу залежить передусім від маси наявного власного капіталу, рівня економічної ефективності його бізнесового використання, інвестиційної привабливості та активності підприємства. Саме цим забезпечується ступінь гарантованої окупності інвестиційних ресурсів. Тобто загальна величина суми власного капіталу й ефективність його функціонування виступають головною ознакою ринкової надійності аграрного підприємства та його інвестиційної привабливості для зовнішніх інвесторів.

Інвестиційна привабливість аграрних підприємств головним чином визначається потенційними можливостями конкретних суб'єктів господарювання щодо самофінансування своєї інвестиційної діяльності. За економічним змістом інвестування є капіталоутворенням. Цей процес містить два об'єкти інвестування коштів – відшкодування вартості спожитого у виробництві основного і оборотного капіталу та його примноження. Джерелом коштів в обох випадках виступає заново створена вартість із однією відмінністю: відшкодування спожитого капіталу відбувається в обов'язковому порядку незалежно від величини заново створеної вартості, а примноження капіталу – лише за рахунок додаткової вартості – тієї її частини, яка перебільшує вхідну масу вартості, задіяної у виробничому процесі.

У системі фінансово-економічного механізму розподільчих відносин функціонуючого підприємства виокремлюються два джерела інвестиційних ресурсів – внутрішні, які є вкрай недостатніми, та зовнішні, пошук та залучення яких є головною задачею інвестиційного розвитку аграрного сектору економіки. Збільшення обсягів інвестиції є передумовою поступового відновлення економічного зростання шляхом формування сприятливого інвестиційного клімату в Україні, її регіонах та галузях економіки. При розробленні інвестиційної державної політики необхідним є комплексний підхід, здатний об'єднати механізми розвитку інвестиційного потенціалу країни, її регіонів та галузей, насамперед, галузей АПК. Показник “прямі іноземні інвестиції” – один з основних, що характеризують стан інвестиційного клімату в тих економіках і їх секторах, куди вони прямують, оскільки прямі іноземні інвестиції здійснюються незалежними іноземними юридичними та фізичними особами, які приймають рішення про інвестування, виходячи з їх незалежної оцінки стану законодавства, справедливості судової системи, бізнес-клімату, рівня корупції в країні потенційного вкладення коштів. Частка іноземних інвестицій у сільське господарство знизилася до 1,4% від загальних іноземних інвестицій в економіку України. Найбільшими інвесторами у сільське господарство України є Кіпр та Великобританія. Головним джерелом фінансування інвестицій в основний капітал, як і раніше, залишаються власні кошти підприємств та організацій. Протягом усього періоду розвитку інвестиційної діяльності в Україні спостерігається непропорційний розподіл обсягів залучення прямих іноземних інвестицій та інвестицій в основний капітал за регіонами.

Інвестиційна діяльність аграрних підприємств – процес більш складний, ніж в інших галузях, і менш залежний від суб'єкта господарювання. Стабілізація та розвиток аграрного виробництва на основі моделі інвестиційної активності суб'єктів господарювання потребує докорінного оновлення технічних засобів виробництва всієї галузі, а ця проблема вже має макроекономічний характер і далеко виходить за межі конкретного суб'єкта господарювання. Констатуючи факт великих втрат виробничих потужностей, що відбулися за період реформування та кризи в аграрному секторі економіки України, вважаємо, що ця задача зводиться до здійснення масштабних заходів поповнення втрачених та зношених засобів виробництва галузі, в поєднанні з їх модернізацією та оптимізацією структури за критерієм збільшення продуктивності і відповідності до об'єктивних умов сучасних прогресивних технологій виробництва. Поліпшенню інвестиційного клімату в Україні, загалом, за регіонами та галузями економіки, заважають наступні фактори: стохастичний характер правового поля, нестабільна соціально-політична ситуація в країні, недостатня культура ведення бізнесу, відсутність дієвих податкових стимулів для здійснення інвестування тощо. Водночас такі фактори, як природно – географічний та ресурсний потенціал, забезпеченість якісними трудовими ресурсами, наявність виробничого потенціалу та реальні можливості щодо його ефективного розвитку створюють основу для поліпшення інвестиційного клімату в аграрному секторі країни. Значний імпульс і цілеспрямованість інвестиційному розвитку сільського господарства має надати ефективне державне регулювання цього процесу. Наявна зараз державна підтримка сільського господарства за рахунок бюджетних коштів лише частково компенсує втрати галузі від руйнівного диспаритету цін у міжгалузевих відносинах, і ця допомога є вкрай недостатньою. Виваженість та ефективність державної зовнішньої інвестиційної політики в аграрному секторі економіки має стати одним із пріоритетних напрямів виходу з виробничої, фінансової, техніко-технологічної та соціальної кризи.

УДК 658:621.311

Іван Гевко, Ольга Дужак

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ПРОБЛЕМИ ОЦІНКИ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ЕЛЕКТРОЕНЕРГЕТИКИ

Ivan Gevko, Olga Dyzhak

PROBLEMS OF ECONOMIC EFFICIENCY EVALUATION OF POWER INDUSTRY

Електроенергетична галузь, як одна із базових галузей економіки України, довгий період часу успішно виконує свої функції, незважаючи на відсутність достатніх фінансових ресурсів, невідповідність цін і тарифів реальним витратам на виробництво і постачання електроенергії споживачам. Більшість об'єктів галузі були введені до дії ще за радянських часів і тільки завдяки специфіці цих об'єктів, які мали на момент свого введення у роботу достатньо високий технологічний рівень, значні періоди експлуатації, електроенергетична галузь не занепала, як багато інших галузей економіки України, і змогла виконувати свої функції з постачання електроенергії. Сприятливим фактором, який допоміг забезпечити цю можливість, був спад економіки у пострадянський період і, відповідно, спад попиту на електроенергію, що за наявності значного резерву потужностей, особливо теплової генерації, дозволяло більш-менш успішно задовольняти потреби суспільства в електроенергії.

Останніми роками в електроенергетиці України відбуваються радикальні перетворення: формується нова нормативно-правова база і система регулювання, міняється структура галузі, поступово формується конкурентний ринок електроенергії. Тим самим Україна стає на дорогу більшості розвинених держав, які проводять в даний час або вже провели реформи в електроенергетиці, прагнучи пристосувати її до умов сучасної економіки. У свою чергу, останнім часом відбувається серйозне загострення ситуації у енергетичній галузі України. Ефективність галузі в цілому безпосередньо визначається економічною ефективністю окремих підприємств. В області оцінки економічної ефективності комерційних організацій вже напрацьований певний досвід. Набагато складніше оцінювати економічну ефективність підприємств державного сектора, до яких до теперішнього часу відносяться багато підприємств електроенергетики.

Складність оцінки економічної ефективності підприємств електроенергетики можна пояснити за допомогою понять первинної і вторинної ефективності. Підприємства електроенергетики можуть працювати ефективно (первинна ефективність), але оскільки багато з них є об'єктом власності держави, то держава може, виходячи з тих або інших цілей, втручатися в їх діяльність, а це нерідко приводить до збитків і низької рентабельності (вторинна ефективність).

Ефективність функціонування підприємств електроенергетики, як і будь-яких інших підприємств, є відношенням результату до витрат або ресурсів. У зв'язку з цим розрізняють її витратне і ресурсне вираження. При цьому для підприємств електроенергетики існує значне відхилення ресурсної ефективності від витратної, що означає неоптимальне формування і використання ресурсів. Це також є проблемою оцінки економічної ефективності підприємств електроенергетики. У зв'язку з цим, уряд України переглядає енергетичну стратегію на період до 2030 року і хоче зробити її більш реалістичною.

УДК 338.45

Наталія Юрик, Анатолій Грабовський

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ ШВЕЙНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

Natalia Yurik, Anatolij Grabowski

DEVELOPMENT POLICY DIRECTIONS OF CLOTHING BRANCH OF UKRAINE

У сучасних умовах стан функціонування і розвитку швейних підприємств України досить складний. Це зумовлено низкою проблем, характерних для легкої промисловості загалом. Основними серед них є висока частка імпортованих товарів, несприятливі умови для залучення інвестицій; недостатність фінансування науково-дослідних робіт, відсутність у значної частини підприємств ефективного управління тощо. Українська легка промисловість з історичних позицій займала провідне місце у виробництві промислових товарів народного господарства. Однак з набуттям незалежності України ситуація змінилася: виробництво швейних виробів зменшилось у декілька разів. Це зумовлено рядом наступних причин: різким зниженням купівельної спроможності населення; неможливістю проведення ефективної реструктуризації підприємств та їх пристосування до діяльності у ринковому середовищі; негнучкістю великих швейних підприємств, що унеможлиблює швидку переорієнтацію виробництва на випуск нової модної продукції; проблемою застарілого обладнання та технологій, що здебільшого є причиною високої енерго- та матеріаломісткості продукції, неконкурентоспроможності не лише на ринках розвинених країн, але й на ринках країн, що розвиваються; неможливістю міжгалузевих зв'язків та втратою сировинної бази.

Сучасний український ринок одягу представлений практично усіма типами виробів: від всесвітньо відомих брендів, пов'язаних з будинками моди, до незареєстрованих виробників. Згідно зі статистичними даними в Україні зареєстровано близько 6 тисяч підприємств-виробників готового одягу та хутра. Більшість швейних підприємств працюють збитково, решта – низькорентабельні підприємства. Порівняно з іншими країнами Центральної і Східної Європи, Україна має найнижчий рівень прямих іноземних інвестицій в галузь виробництва одягу на душу населення. Така ситуація у швейній промисловості здебільшого пов'язана з комплексними проблемами легкої промисловості, основними з яких є: велика частка імпортованих товарів, що ввозяться за демпінговими цінами та контрабандно; висока собівартість вітчизняних товарів легкої промисловості; неможливість отримання довгострокових кредитів для значної частини виробників товарів легкої промисловості; відсутність виробництва спеціалізованого обладнання для виготовлення товарів легкої промисловості та запасних частин до нього; залежність текстильної промисловості від імпортованої сировини; складність процедури митного оформлення; низька заробітна плата працівників галузі, різке зменшення кількості молодих кадрів та інші.

З метою сприяння розвитку внутрішнього ринку товарів легкої промисловості та зменшення податкового тягаря для промислових підприємств Податковим кодексом України передбачено тимчасове, строком на 10 років, починаючи з 1 січня 2011 року, звільнення від оподаткування прибутку, отриманого від основної діяльності підприємств легкої промисловості, крім підприємств, які виробляють продукцію на давальницькій сировині. Вплив податкових нововведень на результати діяльності швейних підприємств можна буде простежити у майбутньому. Основними галузевими проблемами на українському ринку одягу є збільшення імпорту продукції сумнівної якості – “тіньовий” імпорт значно перевищує офіційний імпорт. До того ж

застосовують різні способи зменшення (уникання) офіційних митних платежів: заниження митної вартості; “чорний” імпорт; “човниковий” імпорт; заниження задекларованих обсягів ввезених товарів. Низька купівельна спроможність населення спричинила насиченість ринку “секонд-хендом” та фальсифікованою продукцією.

Заповнення внутрішнього ринку імпортною продукцією різних цінових і якісних категорій, орієнтація вітчизняного споживача на іноземну продукцію, відсутність сировини, потрібної для виробництва одягу, а відповідно нерівні конкурентні умови спонукали більшість українських виробників одягу орієнтуватися на західні ринки, застосовуючи давальницьку схему виробництва. Використання толінгових схем – одна з основних галузевих особливостей діяльності швейних підприємств України. За даними Укрлегпрому, 90% діючих швейних фабрик співпрацюють з іноземними компаніями за давальницькою схемою з різною глибиною її використання. Деякі підприємства виживають за рахунок давальницького виробництва, інші використовують давальницьку схему поряд з плановим виробництвом для додаткового завантаження виробничих потужностей.

Для українських товаровиробників найбільш доцільним та ефективним є оптимальне поєднання цих схем у виробничому процесі з максимальним використанням переваг, які забезпечує кожна з них. Орієнтування виробництва лише на виконання замовлень за давальницькими угодами призводить до втрати самостійності підприємств у прийнятті стратегічно важливих управлінських рішень, гальмує розвиток українських підприємств та українських торгових марок. Для вітчизняних підприємств застосування давальницьких схем, поряд з можливістю нарощення обсягів виробництва та завантажування потужностей, має й інші позитивні риси, серед яких запозичення передового досвіду іноземних замовників, використання новітніх розробок для подальшого власного виробництва.

Одним із заходів зростання українського швейного виробництва вважаємо зменшення частки виробництва за давальницькою схемою за рахунок збільшення випуску продукції відповідної якості та асортименту для внутрішнього ринку, організацію власного планового виробництва. Для виходу зі скрутного становища та підвищення ефективності діяльності вітчизняні підприємства – виробники одягу повинні додатково вживати конкретних заходів, щоб набути певних конкурентних переваг. Необхідно визначити стратегічну позицію підприємств, їхні потенційні можливості щодо покращення становища в конкурентній боротьбі, оцінити вплив факторів внутрішнього і зовнішнього середовищ на їх функціонування та розвиток, що надасть можливість визначити ключові фактори успіху підприємств. Виявлення і усвідомлення факторів негативного впливу на діяльність швейних підприємств уможливорює розроблення стратегічних напрямів подолання слабких сторін виробників та запобігання впливу загроз, за рахунок максимально ефективного використання переваг та можливостей підприємств. Ключовими факторами успіху підприємств, що характеризують сектор пошиття одягу, вважаємо якість швейної продукції та собівартість виробництва. Основними перспективними напрямами розвитку підприємств швейної галузі легкої промисловості України є: ефективне управління витратами та зниження собівартості продукції; застосування міжнародної сертифікації продукції та стандартизації процесів виробництва як складових управління якістю; удосконалення рівня організації виробництва з використанням модернізованого устаткування та новітнього програмного забезпечення; впровадження сучасних технологій виробництва та зменшення тривалості виробничого процесу; налагодження тісних зв'язків з бізнес-партнерами.

УДК 338.17

Емілія Різник, Ірина Вовк

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

МАРКЕТИНГ В ПРОЦЕСІ СТВОРЕННЯ ЕКОЛОГІЧНИХ ІННОВАЦІЙ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Emilija Riznik, Iryna Vovk

MARKETING IN THE PROCESS OF CREATION OF ECOLOGICAL INNOVATIONS ON ENTERPRISE

Впровадження екологічних інновацій передбачає ефективне використання ресурсів виробниками, збереження оточуючого середовища, управління інноваційною діяльністю підприємств з метою максимально можливого задоволення потреб споживачів в екологічних продуктах.

Екологічну інновацію можна розглядати як процес творчої діяльності, що спрямована на розробку, створення та впровадження нововведень у вигляді нової продукції, технології, методу, форми організації виробництва, що безпосередньо або опосередковано сприяє зниженню негативного впливу виробництва на навколишнє середовище та вирішенню екологічних проблем. [1, С. 31].

До екологічних інновацій відносять:

- розроблення й використання ресурсозберігаючої техніки, розроблення і впровадження маловідходних і безвідходних технологій, що забезпечують комплексне освоєння природних ресурсів, розроблення біотехнологій;
- освоєння нових територій з врахуванням екологічної безпеки населення і виробництва;
- розроблення і випуск нових екологічно чистих продуктів і створення потужностей для їх виробництва, розроблення варіантів використання нових і поновлюваних джерел енергії;
- випуск екологічно чистих продуктів і створення потужностей для їх виробництва;
- впровадження екологічної освіти для винахідників і працівників підприємств, які займаються інноваційною діяльністю. [1, С. 20].

Процес маркетингового забезпечення екологічної інноваційної продукції передбачає досліджування конкурентного середовища – вивчення ринку, аналізу вимог споживачів, даних про продукцію конкурентів, структурування даного процесу та формування вимог до розроблювальної продукції на основі маркетингових досліджень.

Потрібно проводити збір та аналіз маркетингової інформації щодо стану конкурентної ситуації на ринку, співставлення продукції підприємства з продукцією прямих конкурентів, аналіз потреб споживачів при створенні екологічної інноваційної продукції.

Таким чином, маркетинг в інноваційній діяльності підприємства повинен визначати напрямок процесу створення та впровадження екологічних інновацій сприятливий для споживачів. Також екологічні інновації показують складний процес, що характеризується взаємозв'язками між окремими її елементами, які, в свою чергу, можуть бути природно-ресурсного і екологічного характеру.

Література:

1. Н.А. Андреева, Е.Н. Мартынюк. Экологические инновации и инвестиции: сущность, системология, специфика взаимодействия и управления. Вісник Хмельницького національного університету 2011, №2, Т.2 – С.205-208.

УДК 631.152

Андрій Оксентюк, Сергій Мельниченко

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

**ЗНАЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ
У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ЕФЕКТИВНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ
СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ**

Andriy Oksentyuk, Sergij Melnichenko

**THE VALUE OF INNOVATIVE PROCESSES IN THE EFFECTIVE
FUNCTIONING OF AGRICULTURE OF UKRAINE**

Ринкові трансформації аграрного сектору економіки України зумовлюють необхідність формування складної багаторівневої й багатоструктурної господарської системи, здатної підлаштовуватися та інтегруватися під умови, що об'єктивно складаються й постійно видозмінюються як усередині аграрного сектору, так і в інших галузях народного господарства. Тому для України необхідно ставити й послідовно вирішувати завдання інноваційного розвитку аграрного підкомплексу. Аграрний сектор є перспективним сектором інвестування в економіку України, що зумовлено зростанням цін на продукти харчування у світі, і Україна має величезні перспективи для підвищення сільгоспвиробництва. Інноваційний розвиток будь-якої галузі національної економіки передбачає, перш за все, створення умов для позитивних тенденцій економічної динаміки, яка забезпечує створення й впровадження інновацій. Практичне використання новації з моменту її виробництва та розповсюдження в якості нових продуктів або послуг є нововведенням (інновацією). Визначаючи специфічні особливості доведення інновацій до споживача, прийнято говорити про інноваційну діяльність або інноваційний процес як про процес перетворення знання в інновацію, що проходить наступні стадії: “наука – техніка – виробництво – споживання”.

Основною умовою ефективного функціонування сільськогосподарського виробництва є розширене відтворення, яке відбувається у взаємодії економічних і природно-біологічних процесів. Тому при управлінні інноваціями потрібно враховувати вимоги не тільки економічних законів, а й законів природи: рівнозначності, незамінності та сукупності життєвих чинників, законів мінімуму, оптимуму й максимуму. Особливість ефективного сільськогосподарського виробництва полягає в тому, що тут поряд із промисловими засобами виробництва активну участь у відтворювальному процесі беруть живі організми – тварини й рослини. Їхній розвиток підпорядковано дії природних законів і залежить від таких природних факторів, як клімат, погода, тепло, волога, світло й їжа. Інноваційний процес у аграрному секторі становить постійний потік перетворення і реалізацію в господарську практику результатів досліджень і розроблень у вигляді нових сортів рослин, порід і видів тварин і кросів птиці, нових або поліпшених продуктів харчування, матеріалів, нових технологій у рослинництві, тваринництві та переробній промисловості, нових добрив та засобів захисту рослин і тварин, нових методів профілактики та лікування тварин і птиці, нових форм організації та управління різними сферами економіки, нових підходів до соціальних послуг, що дозволяють підвищити ефективність виробництва.

Для аграрного сектору економіки прийнято за предметом і сферою застосування вирізняти чотири типи інновацій: селекційно-генетичні; техніко-технологічні та виробничі; організаційно-управлінські та економічні; соціально-екологічні. Із урахуванням специфіки для аграрного сектору економіки притаманний більше перший тип інновацій, який характеризується розведенням нових сортів та гібридів сільськогосподарських рослин, нових порід тварин та кросів птиці, стійких до хвороб,

шкідників і несприятливих чинників довкілля. Сутність інноваційного розвитку різних галузей національного господарства не містить принципових розходжень, але саме в агропродовольчій сфері, на відміну від інших, розвиток інновацій відбувається більш повільно, тому й вимагає особливої уваги. Інноваційні процеси у сільському господарстві мають певні особливості та пов'язані з його специфікою, а саме: наявністю живих організмів, сезонністю та підвищеними ризиками тощо.

До основних особливостей формування та розвитку інноваційного процесу в сільському господарстві слід зарахувати наступні: значні відмінності регіонів за природно-кліматичними умовами й спеціалізацією; різноманітність видів сільськогосподарської продукції, що виробляється, й продуктів її переробки, істотна різниця в технології вирощування продукції, утримуванні й годівлі тварин; різниця в періодах виробництва окремих видів сільськогосподарської продукції; наявність різноманітних типів виробництва за різними організаційно-правовими формами, формами власності, розмірами й спеціалізацією; залежність технологій виробництва в сільському господарстві від природно-кліматичних умов, віддаленості від постачальників і ринків збуту продукції; відособленість сільгосптоваровиробників, різний соціально-освітній рівень робітників сільського господарства; віддаленість від інформаційно-консультаційних служб і організацій, які виробляють і впроваджують науково-технічну продукцію та відсутність чіткого й науково-обґрунтованого організаційно-економічного механізму передачі досягнень науки товаровиробникам, і, як наслідок, суттєве відставання галузі в освоєнні інновацій.

Інноваційні процеси в аграрному секторі економіки мають свою специфіку. Вони характеризуються наявністю регіональних, галузевих, функціональних, технологічних і організаційних особливостей. Аналіз умов і чинників, що впливають на інноваційний розвиток сільського господарства, дозволив поділити їх на негативні (ті, що стримують інноваційний розвиток) і позитивні (ті, що сприяють прискоренню інноваційних процесів). Умовами й чинниками, що сприяють інноваційному розвитку сільськогосподарського виробництва, є перехід до ринкового способу господарювання, наявність природних ресурсів, значний науково-освітній потенціал, ємнісний внутрішній продовольчий ринок, можливість виробляти екологічно безпечні, натуральні продукти харчування. У якості негативних умов слід назвати послаблення наукового потенціалу аграрної науки, своєрідність підходів і методів до управління інноваційними виробничими процесами, необхідність поєднання різних типів інновацій та посилення ролі держави в стимулюванні та просуванні інновацій, високий рівень ризиків інноваційних процесів в аграрному секторі. До умов і чинників, що гальмують освоєння інновацій у аграрному секторі економіки, відносяться також стиснення внутрішнього попиту на продовольство, скорочення держпідтримки аграрного сектору й державного фінансування науково-технічних програм, нерозвиненість системи кредитування та високі ставки по кредитах, відсутність інноваційної інфраструктури та державної інноваційної політики й стратегії, недостатній рівень підготовки кадрового персоналу у сфері інноваційного менеджменту. У рослинництві інноваційні процеси повинні бути спрямовані на збільшення обсягів виробленої рослинної продукції на основі підвищення родючості ґрунту, зростання врожайності сільськогосподарських культур і поліпшення якості продукції; подолання процесів деградації та руйнування природного середовища та екологізацію виробництва; зниження витрат енергоресурсів і зменшення залежності продуктивності рослинництва від природних факторів; підвищення ефективності використання зрошуваних і осушених земель; економію трудових і матеріальних витрат; збереження й поліпшення екології.

УДК 330

Галина Нагорняк, Софія Хом'як, Микола Мельничук

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

**ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МЕХАНІЗМУ РЕГУЛЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ
АКТИВНОСТІ СУБ'ЄКТІВ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ**

Galina Nahorniak, Sofiya Hom'yak, Mykola Melnychuk

**PROVIDING OF REGULATION MECHANISM OF SMALL BUSINESSES
INNOVATIVE ACTIVITY IN UKRAINE**

Становлення та розвиток підприємницької сфери є особливо важливим для вітчизняної економіки у сучасних умовах, оскільки мале підприємництво вирішує низку соціально-економічних функцій, зокрема – створення робочих місць, формування конкурентного середовища, участь у розробці та впровадженні інновацій. Суб'єктів малого підприємництва, які функціонують у вітчизняних умовах, класифіковано як тих, що формують інноваційний і не інноваційний сектор малого підприємництва. До інноваційного сектору віднесено інноваційних (тих, що розроблюють інновації) та інноваційно активних (тих, що впроваджують інновації) суб'єктів малого підприємництва. До не інноваційного сектору віднесено суб'єктів малого підприємництва – юридичних і фізичних осіб, діяльність яких спрямована на забезпечення соціально-економічних потреб власників і не передбачає впровадження нових організаційних і технологічних засобів. Інноваційна активність малого підприємництва визначена як діяльність з розроблення та (або) впровадження інновацій у процесі здійснення господарської діяльності суб'єктами малого підприємництва. Враховуючи стратегічне значення інновацій для розвитку вітчизняного національного господарства, доцільним є розгалуження заходів державного регулювання малого підприємництва загалом й інноваційного сектора малого підприємництва зокрема. Заходи державної підтримки малого підприємництва мають суттєво розрізнятися для інноваційно активних підприємств і підприємств, що функціонують тільки заради власної самозайнятості.

Фінансування інноваційних перетворень більшістю вітчизняних суб'єктів малого підприємництва здійснюється шляхом фінансування капітальних інвестицій, тобто у межах інвестиційної діяльності. Інвестиційна активність малих підприємств є відносно більшою порівняно із представниками середнього та великого бізнесу. Аналіз тенденцій розвитку суб'єктів малого підприємництва в Україні свідчить про існування суттєвої суперечності у пріоритетах організації підприємницької діяльності. З одного боку, більшість представників малого бізнесу є інноваційно пасивними, що підтверджується зростанням питомої ваги обсягів реалізації, створених підприємцями – фізичними особами, скороченням кількості найманих працівників малих підприємств, а також низький рівень інвестиційної активності малих підприємств. З іншого боку, малими підприємствами, якими усвідомлено значення інноваційного розвитку, незважаючи на загальне погіршення показників діяльності під впливом кризових явищ, продовжується фінансування капітальних інвестицій. Обсяг капітальних інвестицій, здійснених такими малими підприємствами, у відносному вираженні є вищим за обсяг інвестицій великих та середніх підприємств, що загалом відповідає сутності малого підприємництва як носія новаторської функції. Однак обсяг таких інвестицій є вкрай недостатнім для переходу на принципово новий рівень розвитку. Для таких підприємств істотного значення набуває проблема пошуку інтелектуального потенціалу та матеріальної бази для реалізації ними власних або впровадження існуючих розробок.

Враховуючи суперечливе ставлення представників малого бізнесу до питання здійснення інноваційної діяльності та фінансування інвестицій, держава має застосовувати диференційовані заходи підтримки суб'єктів малого підприємництва. У чинних умовах особливо важливим є питання державної підтримки діяльності суб'єктів малого підприємництва, орієнтованих на новаторську діяльність і здійснення інвестицій. Збільшенню обсягів інвестицій та підвищенню інноваційної активності малого підприємництва сприятимуть як процеси управління підприємствами на мікрорівні, так і належні заходи державного стимулювання. Відбір суб'єктів, для яких застосування економічних заходів підтримки є виправданим, пропонується здійснювати за результатами діагностики їх довгострокової ефективності та якості управління грошовими потоками, тобто з урахуванням спрямованості суб'єктів на здійснення інноваційної діяльності. Особлива увага у процесі формування механізму державного регулювання звертається на юридичних осіб, оскільки організаційна форма підприємства є більш високим ступенем розвитку діяльності порівняно із діяльністю суб'єкта підприємницької діяльності – фізичної особи. Довгострокова ефективність розглядається з позиції спроможності до розширення діяльності у доволі тривалому періоді (3–5 років) шляхом спрямування частини доходу на фінансування суттєвих інноваційних перетворень.

Першочергове застосування заходів економічного стимулювання пропонується здійснювати у галузях, які характеризуються найбільшим рівнем інноваційної активності серед виробничих сфер господарювання, зокрема – інжиніринг, промисловість, будівництво. Застосування економічних заходів державного регулювання забезпечення інноваційної активності є доцільним для підприємств, обраних за запропонованим теоретичним підходом, оскільки вони здійснюють інноваційну діяльність і спрямовують кошти на інвестиційні цілі відповідно до власних можливостей. Для інших підприємств заходи державного регулювання доцільно обмежити організаційними й адміністративними. Економічне регулювання діяльності таких підприємств достатньо обмежити формуванням сприятливих умов господарювання, зокрема спрощеною системою оподаткування, обліку та звітності. Це стосується підприємств, для яких інноваційна діяльність не є основною, тобто операційною. Стимулювання діяльності інноваційних підприємств пропонується здійснювати за результатами оцінювання їх короткострокової ефективності. Використання запропонованого теоретичного підходу в практиці державного регулювання ефективності малого підприємництва дозволить підвищити інноваційну активність таких суб'єктів, що є важливим аспектом регулювання національної економіки. Застосування запропонованих аналітичних процедур на мікрорівні сприятиме розширенню кола суб'єктів, які мають право на застосування заходів державного стимулювання.

Вітчизняні структури з формування інноваційної політики, координації та підтримки розвитку інноваційного підприємництва, незалежно від їх назви та організаційної форми, повинні виконувати певні функції: забезпечення науково-технічної співпраці вітчизняних МП з закордонними партнерами; проведення технологічного аудиту; співпраця з місцевими органами влади у сфері розповсюдження інновацій; організація навчання підприємців з питань інноваційного менеджменту; дослідження інноваційного потенціалу регіону; надання інформаційних, консультаційних, фінансових і освітніх послуг; співпраця з організаціями підтримки бізнесу та експертами у сфері інновацій; підтримка інноваційного підприємництва у вищих навчальних закладах та наукових установах; юридичний супровід та часткове фінансування у процесі подання заявки на отримання охоронних документів на об'єкти інтелектуальної власності; сприяння залученню коштів зарубіжних фондів розвитку вітчизняними інноваційно активними підприємствами тощо.

УДК 336:630.160.2

Іван Гевко, Юлія Тирчик

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ ЛІСОВОГО ГОСПОДАРСТВА

Ivan Gevko, Yulia Tyrchyk

INVESTMENT ATTRACTIVENESS OF FORESTRY

Інвестиції є важливою передумовою забезпечення економічного розвитку підприємства, а також галузі в цілому та у зв'язку з недостатнім обсягом власних фінансових ресурсів, виникає необхідність залучення інвестицій. Необхідною умовою інвестиційної привабливості підприємства є його відповідність ряду характеристик.

Інвестиційна привабливість підприємства — це його інтегральна характеристика як об'єкта майбутнього інвестування з позиції перспектив розвитку, ефективності використання ресурсів і активів, їхньої ліквідності, а також значення низки неформалізованих показників: економіко-географічне положення, галузева приналежність, статус власності та ін.

У наш час найменш привабливими об'єктами інвестування є підприємства лісової галузі. Основними причинами такої ситуації є зменшення обсягів бюджетного фінансування, тривалий термін окупності інвестицій, значна залежність галузі природних та антропогенних чинників, низька прибутковість природоохоронних лісів, складність умов розташування та експлуатації лісів та ін.

Залучення інвестицій у лісове господарство є безперечно актуальним питанням, оскільки ліси є джерелом для задоволення потреб суспільства в лісових ресурсах (деревних, технічних, лікарських та інших продуктів лісу), а також виконують кліматорегулюючі, водоохоронні, санітарно-гігієнічні, оздоровчі та інші функції.

Розглядом цієї проблеми займаються такі вітчизняні вчені-економісти, як: Я.В. Коваль, Л.Полякова, А.Бобко, Я.Дяченко, О.І. Фурдичко, Ю.Медведев, А.П. Дука та інші.

Щодо лісової галузі то інвестування є незначним, майже відсутнім, це призводить до низької результативності лісовідновлення й лісорозведення, нагромадження в лісовому фонді деревостанів, що втрачають якість, вимагають догляду або реконструкції.

Основними факторами, які спричиняють зниження інвестиційної привабливості вітчизняних лігоспів є низька платоспроможність більшості підприємств галузі, низький рівень розвитку конкуренції та ін.

Для того щоб підвищити інвестиційну привабливість підприємств лісового сектору потрібно оптимізувати потоки процесів на підприємстві, поліпшити рівень організації виробництва, що має на меті звести до мінімуму або взагалі ліквідувати нерациональні витрати, удосконалити управління прибутком підприємства, підвищити ефективність використання основних фондів на підприємстві, здійснювати систематичний контроль за роботою устаткування та ін.

Отже, зараз лісове господарство України має низку проблем, які необхідно вирішити.

Одними з таких є недостатнє фінансування лісового господарства, проблеми державного регулювання та контролю, проблеми постійного зменшення лісових ресурсів та ін.

Однак лісова галузь має великий потенціал щодо інвестування, перспективи для розвитку та безліч шляхів їх впровадження.

УДК 330

Олена Брилінська, Юрій Вовк

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

КРЕАТИВНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ В ПРОЦЕСІ СТВОРЕННЯ ТВОРЧОЇ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ

Olena Brylinska, Yuriy Vovk

CREATIVE MANAGEMENT IN THE PROCESS OF NEW ORGANIZATIONAL CULTURE CREATION

"У бізнесі є тільки дві функції - маркетинг та інновації", якось сказав Пітер Друкер. Інновації генерують нові продукти та бізнес-моделі, але завдяки маркетингу світ дізнається про ці нововведення. Обидві функції часто розглядаються як результат творчості. Але коли справа доходить до побудови творчої культури, необхідної для виконання маркетингу та інновацій належним чином, багато лідерів виявляються спантеличені тим, як побудувати творчу культуру.

Дійсно, навіть визначити, що таке творча культура може бути складним завданням. Це просто: подивитися на компанії, відомі своєю творчою культурою і спробувати імітувати те, що вони роблять, але без розуміння динаміки культури, ми можемо імітувати тільки свої елементи на рівні поверхні і не в змозі зробити ґрунтовних культурних змін. У 1980 році психолог Едгар Шейн в Школі менеджменту Слоуна розробив модель для розуміння і аналізу організаційної культури. Шейн розділив культуру організації в трьох різних рівнях: артефакти, цінності та припущення. Артефакти - явні й очевидні елементи організації. Це, як правило те, що кожен може бачити: меблі і розташування офісу, дрес-код, особливі жарти. Так, настільний футбол і безкоштовне харчування також артефакти. Артефакти можна легко помітити, але іноді важко зрозуміти, особливо якщо ваш аналіз культури ніколи не виходить трохи глибше. Офіс IDEO в Palo Alto має крило літака, що стирчить з однієї стіни, дивний і загадковий артефакт, якщо не зрозуміти культуру експериментаторства і вільного висловлювання думок.

Підтримуючі цінності компанії - оголошений набір цінностей і норм. Цінності впливають на те як взаємодіють працівники і представляють організацію. Найчастіше, цінності оголошуються в публічних заявах у вигляді списку основних цінностей, але і в загальних фразах і нормах, що часто повторюються працівниками. Так, фразою "Бюджетні авіакомпанії," підтверджується цінність доступності.

Співробітники колл-центру Zappos поділяють впевненість у тому, що надання відмінного обслуговування призведе до постійних клієнтів, так що співробітники відправляють потенційних клієнтів до інших роздрібних торговців, якщо Zappos не має в наявності потрібного товару. Спільні погляди проявляються в різних формах. Іноді вони відображені в підтримуючих цінностях та артефактах, іноді - ні. Але коли основні організаційні припущення не збігаються з підтримуваними цінностями, виникає проблема. Enron випустила довідник на 64 сторінки з викладом місії компанії і її основних цінностей, але, судячи з їх вельми "творчих" практик бухгалтерського обліку, це сумнівно, що вище керівництво коли-небудь читало його.

Спільні погляди важче побачити, але це основні вектори культури організації, які здійснюють реальний вплив на творчість його членів. Творчі організації мають основні припущення про творчість, як процес, а не момент Еврики, або, що не всі конфлікти потрібно вирішувати, тому що іноді це може дати більш інноваційне мислення. Вони поділяють переконання, що творчість процвітає при обмеженнях, або що краща робота робиться за допомогою команд, що постійно зростають. Відкритий обмін ідеями, дозвіл на прийняття ризиків, і розуміння невдач як можливості навчатися - всі основні переконання творчих організацій.

Література:

1. How to tell if your company has a creative culture by David Burkus: Harvard Business Review, December 2014

УДК 338.37

Ірина Качур, Ірина Вовк

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

РОЛЬ ІНТЕГРОВАНИХ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ ДЛЯ ЗАВОЮВАННЯ НОВИХ РИНКІВ

Iryna Kachur, Iryna Vovk

ROLE OF INTEGRATED MARKETING COMMUNICATIONS FOR OPENING UP NEW MARKETS

Сучасний стан розвитку ринку характеризується підвищенням важливості та цінності інформації. Збільшуються темпи зростання нововведень суспільства. Споживачеві необхідний великий та доступний обсяг інформації. Проте, підприємства не можуть збільшувати обсяги своїх комунікацій пропорційно збільшенню обсягу інформації, доступної споживачеві.

Дослідження показують, що найкращі результати дає комплексне використання одразу кількох засобів маркетингових комунікацій, а саме застосування інтегрованих маркетингових комунікацій.

Інтегровані маркетингові комунікації спрямовані на забезпечення послідовності повідомлень і використання додаткових засобів масової інформації. Інтегрованим маркетинговим комунікаціям присвячено ряд досліджень вітчизняних та закордонних вчених. Зокрема такі дослідники: Д. Аакер, А. В. Арланцев, Дж. Бернет, А. В. Войчак, Є. П. Голубков, Т. Г. Діброва, О. В. Зозульов, А. І. Ковальов, Ф. Котлер, О. М. Крилов, Ж.-Ж. Ламбен, Р. Ф. Лаутерборн, Дж. Майерс, С. Моріарті, А. Ф. Павленко, Л. Персі, Є. В. Попов, С. І. Танненбаум, С. І. Чеботар, Д. Шульц, В. Н. Ясонов та ін.

У комплекс комунікацій входять п'ять напрямків: особисті продажі (personalselling) - усна презентація товару або послуги покупцеві або групі покупців з метою здійснення продажу; перевагою є зворотній зв'язок з покупцем, отримання маркетингової інформації про ринок (первинні дані); реклама (advertising); стимулювання збуту (salespromotion), при якому використовуються такі прийоми: мерчендайзинг (оформлення місця продажу); оформлення упаковки, етикетки або ярлика; акції з подарунками, знижками за купонами, розіграшами; конкурси та вікторини, лотереї; дегустації та семплінг (пропозиція зразків товарів); директ-маркетинг (direct-marketing) - рекламні пропозиції для ідентифікованих споживачів: поштові розсилки, телемаркетинг, реклама в каталогах та в спеціалізованих виданнях, електронна комерція (e-shopping); PR-просування (publicrelations) - конференції, презентації, брифінги, семінари, спонсорські акції, участь у виставках; розміщення редакційних тематичних матеріалів у засобах масової інтеграції.

Комунікації переходять одна в іншу та в ідеалі використовуються одночасно.

Отже, інтегровані маркетингові комунікації (ІМК) – концепція планування маркетингових комунікацій, пов'язана з необхідністю оцінювання стратегічної ролі окремих напрямів і пошуком оптимального їх поєднання щоб забезпечити чіткість, послідовність та максимізацію впливу комунікаційних програм за допомогою несуперечливої інтеграції всіх окремих звернень [1, с. 112].

Література:

1. Беркутова Т. А. Маркетингові комунікації: навч. посіб. / Т. А. Беркутова. - М.: Фенікс, 2008. - 254 с. Прес, 2004. - 167 с.

УДК 658.5

Богдан Андрушків, Ольга Погайдак, Роман Шерстюк

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

РАЦІОНАЛЬНЕ ВИКОРИСТАННЯ ПРИРОДНИХ РЕСУРСІВ – ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ

Bohdan Andrushkiv, Olha Pohaydak, Roman Sherstiuk

INNOVATIVE APPROACHES OF NATURAL RESOURCES RATIONAL USE

Ефективне використання торфу може мати економічні ефекти не лише у теплоенергетиці, а і у сільському господарстві, харчовій, легкій, хімічно-спиртовій промисловості, медицині, парфумерії ін. На даному етапі розвитку Національної економіки стоїть питання не лише раціонального, а і ефективного використання виробничих потужностей, а й активізувати інноваційні підходи до раціонального використання природних ресурсів серед яких не другорядне місце займає торф.

У багатьох статтях учених України частково розкрито широкі можливості використання торфу як палива, органічного добрива, та компоненти для виготовлення харчових продуктів в т.ч. і спиртних напоїв. На даний час опубліковані окремі статті які присвячені характеристикам торфозапасів в Україні та у світі. Торф (англ. peat, нім. Torf) – порода рослинного походження, утворена протягом тисяч років з недорозкладених рослинних залишків (трав, мохів та деревини), які внаслідок високої вологості та поганого доступу повітря мінералізувалися лише частково.

Давня назва торфу — займиста земля. Згадки про торф як «займисту землю», що нею західні європейці користувалися для нагрівання їжі, трапляються в «Природничій історії» (46 р. н. е.) римського історика Плінія Старшого. (Торф містить 50—60 % вуглецю. Його теплота згоряння (максимальна) складає 24 МДж/кг).

Вік сучасних торфовищ вимірюється 5—10 тисячами років. Усі торф'яники зазвичай дуже заводнені й заболочені. Торф іноді вкритий невеликим шаром ґрунту.

Більшість торф'яних покладів (близько 80 %) розташована в верхніх широтах; близько 60 % усіх заболочених територій у світі мають запаси торфу. Найбільші торф'яні поклади зосереджені в обширних пониженнях рельєфу.

За деякими оцінками, світові запаси торфу складають близько 267 мільярдів тон.

На сьогодні торф використовують в більшій мірі лише у теплоенергетиці, тим часом цей органічний рослинний продукт може використовуватись і у сільському господарстві, тваринництві, медицині, біохімії та парфумерії виготовленні спирту ін. Розвиток сучасних виробничих технологій дозволяє створювати родючі ґрунти, де вирощують харчові рослини, видобувати добрива, стимулятори росту рослин, ізоляційні та пакувальні матеріали, вуглецевий відновлювач металу, активоване вугілля, графіт, тощо. Торф містить гумінові кислоти, котрі підштовхують ріст і розвиток рослин, та амінокислоти, потрібні на перетворення певних відходів харчування на форму, доступну рослинам. Торф має бактерицидні й газопоглинальні властивості, що є однаково потрібними всім видам ґрунтів. Тому нами запропоновано активізувати інноваційні підходи до раціонального і ефективного використання торфу як стратегічної сировини у різні галузях Національної економіки.

В Україні виявлено і розвідано 1562 торф'яних родовищ із загальними запасами 1853 млн. тонн, а загальна їх площа становить 639,5 тис. га. Близько 96% торф'яних ресурсів України належить до низького типу, 1,8% - верхнього, 1,6% - перехідного і 0,6% - змішаному. Найбільші ресурси торфу зосереджені в північних регіонах країни (на Поліссі) - Волинській, Рівненській, Сумській, Чернігівській та Житомирській областях. На їх території виявлено і розвідано 1056 родовищ, запаси яких складають 1160 млн. тонн.

В даний час Україні розробляються близько 500 родовища торфу. Близько 81% видобутого в Україні торфу використовується як паливо, а 19% - в якості добрив. Виробляються торф'яні горщики для вирощування розсади, торф'яні біологічні добрива, фасований торф та набори для садівників (суміш торфу та ґрунту). У невеликих обсягах (близько 15 тис. тонн) Україна експортує торф'яну продукцію (переважно як паливо), а окремі сорти торфу ввозить (близько 1700 тонн). Вивченість торф'яних родовищ в Україні дозволяє значно збільшити видобуток торфу для палива, виробництва органічних добрив та підстилки для худоби.

Таким чином торф може ефективно використовуватись не лише як паливо та органічне добриво, а і з застосуванням та активізацією інноваційних підходів як компонент для виготовлення медичних препаратів, харчових продуктів і навіть спиртних напоїв.

УДК 331

Анна Зелена, Ірина Вовк

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ОСНОВНІ ПРИНЦИПИ ТА ЕТАПИ ТВОРЧОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЗІ СТВОРЕННЯ НОВОГО ПРОДУКТУ В КОНДИТЕРСЬКІЙ ГАЛУЗІ

Anna Zelena, Iryna Vovk

BASIC PRINCIPLES AND STAGES OF CREATIVE ACTIVITY TO CONSTRUCT A NEW PRODUCT IN THE CONFECTIONERY INDUSTRY

Сучасний ринок будь-якої галузі в тому числі і кондитерської потребує конкурентоспроможних товарів, які відповідають найвищим науково-технічним досягненням і задовольняють потреби споживачів. При розробці нового товару підприємство підвищує їх техніко-економічні та технологічні показники, акцентує на якості, завдяки чому отримує позитивний результат.

Вимоги найбільшої безпеки, економічної доцільності та повної відповідності функцій виробу навколишнім умовам – це головні умови розробки ідеї нового продукту. Незалежно від того, чи вироби є складовою частиною товару, чи готовим товаром – на них в обов'язкового порядку поширюється це правило.

Обов'язковою умовою вимоги найбільшої безпеки будь-якого виробу – об'єкту виробництва та експлуатації – надаються такі властивості, які виключають шкідливий вплив на людину та довкілля взагалі, або максимально роблять все, щоб запобігти такому впливу.

Оскільки зростають вимоги споживачів до безпеки споживання товарів, тому підприємствам найкраще керуватися вимогами абсолютної безпеки. Звісно при створенні нового продукту, потрібно ретельно вибирати сировину, матеріали, надійних постачальників, щоб дана ідея принесла підприємству прибуток, можливість покращити свій імідж, а не витрати і проблеми.

Основні параметри і конструкція виробу мають забезпечувати високий рівень ефективності об'єкта виробництва та експлуатації – це вимоги економічної доцільності. Від використання виробу за призначенням треба домогтися корисного ефекту тільки з мінімально необхідними витратами трудових, матеріальних і енергетичних ресурсів.

Процес творчої діяльності органічно поєднує такі стадії: підготовка, задум, пошук, реалізація. Перший етап пошуку передбачає: аналізування і відбір необхідних знань; систематизують факту про ту галузь, яку вивчають; підготовку особистості до пошуку ідей з творчого підходу. Стадія задуму вивчає нерозв'язані проблемні ситуації та визначення проблеми для наступного її вирішення. Стадія пошуку є центральною в процесі творчої діяльності. На цій стадії реалізується первинний задум. Стадія реалізації завершує творчий процес, на якій здійснюється: технічне оформлення розв'язаної творчої задачі; внесення необхідних поправок та доповнень; реалізація рішення та його наступний розвиток.

Нестабільна політична і економічна ситуація, інфляція, падіння гривні, воєнний конфлікт – все це негативно впливають на ринок і важко спрогнозувати підприємству, чи потребують вданий момент споживачі чогось нового, чи сприймуть вони новий товар, чи буде у підприємства прибуток. Але творчий підхід не тільки у створенні товару, але й в управлінні фірмою допоможе підприємству ефективно працювати.

УДК 621.326

Лідія Ткач

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ЯК ПРОВІДНИЙ ЗАСІБ АНТИКРИЗОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Lidiia Tkach

INNOVATIVE ACTIVITY AS A LEADING METHOD OF ANTI-CRISIS MANAGEMENT ON ENTERPRISE

Більшість вітчизняних підприємств внаслідок економічної, політичної, фінансової нестабільності, недосконаlosti ринків товарів та послуг, системи інвестування тощо, знаходяться в ситуації критичного фінансово - господарського стану.

Кризовий стан підприємства відображається в тому, що погіршуються фінансові результати діяльності, вони стають нездатними отримувати прибуток, тим самим втрачають свої конкурентні позиції на ринку, внаслідок чого можуть збанкрутувати. Тому першочерговим завданням ефективного виробництва повинно бути постійна орієнтація на поліпшення якості продукції, своєчасну диверсифікацію продукції, мінімізацію запасів товарно-матеріальних ресурсів, гнучкість і мобільність технологічних процесів. Щоб досягнути рівня виробництва з такими параметрами підприємствам необхідно постійно впроваджувати новачії, здійснювати адаптовані до ринкових умов техніко-технологічні та інноваційні перетворення. Саме в цьому полягає актуальність даної теми.

Дослідженням даної проблеми займаються багато вчених, зокрема: Скібіцький О.М., Терещенко О.О., Гальчинський А.С., Геєць В.М, Кінах А.К., Семиноженко В.П., Чернявський А.В., та інші.

Запобігання кризи підприємства, ефективно її подолання і ліквідація негативних її наслідків забезпечується в процесі антикризового управління підприємством. Антикризове управління, з одного боку, відображає потреби подолання і розв'язання кризи, можливе пом'якшення її наслідків, а з іншого боку, обумовлене цілями розвитку підприємства.

В антикризовому менеджменті можна використовувати такі види інновацій: процесні, продуктові, аллокаційні.

До процесних інновацій відносяться нововведення в взаємодії підприємства з зовнішнім середовищем, процеси управління рухом матеріальних запасів, грошових коштів на підприємстві, загального менеджменту, а також технологічні процеси випуску продукції. Продуктові інновації полягають у виборі й освоєнні нових видів діяльності, продуктів. Такі інновації можуть бути реалізовані власними силами підприємства чи шляхом замовлення у розроблювача. Аллокаційні інновації полягають в різних схемах реорганізації підприємства, перерозподілі (реструктуризації) матеріальних, фінансових і нематеріальних активів підприємства, перерозподілі відповідальності працівників підприємства. Такі нововведення є найдорожчими і найскладнішими в реалізації, які повільно окупуються. Від них можна очікувати як високого і тривалого ефекту, так і радикального всеохоплюючого провалу.

До основних ознак інноваційної стратегії відносяться:

1) стратегія передбачає створення нового або поліпшення існуючого товару, роботи або послуги; 2) базується на результатах НДДКР; 3) враховує можливість змін у навколишньому середовищі; 4) передбачає комерціалізацію інновацій; 5) орієнтована на зростання інноваційного потенціалу організації; 6) зумовлює створення нового конкурентного простору.

Задля успішної організації управління на рівні підприємства при виникненні кризових та дестабілізаційних явищ слід проводити розумну управлінську політику, яка може реалізовуватися через різні заходи: створення групи спеціалістів по виводу організації з кризи; діагностування й оцінювання параметрів кризи; організація антикризового стратегічного і тактичного планування; розробка управлінських рішень по виходу з кризи; ефективна реалізація антикризових управлінських рішень та інші.

Таким чином, інноваційне антикризове управління дозволяє підприємству функціонувати уникаючи кризових ситуацій і займати лідируючі позиції.

УДК 005.934

Ірина Нагорняк

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ПОДОЛАННЯ ПРОБЛЕМ РОЗВИТКУ КАДРОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ У СИСТЕМІ ЧИННИКІВ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ВІТЧИЗНЯНОГО МАШИНОБУДІВНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Iryna Nahorniak

OVERCOME OF HUMAN CAPACITY DEVELOPMENT PROBLEMS IN A SYSTEM OF FACTORS OF SOCIAL AND ECONOMIC SECURITY OF DOMESTIC MACHINEBUILDING ENTERPRISE

Головний компонент соціально-економічної безпеки – кадровий потенціал вітчизняного машинобудівного підприємства – знаходиться у стані динамічного розвитку. Підвищення ефективності використання людського капіталу є пріоритетним завданням у роботі кожного менеджера вітчизняних підприємств галузі машинобудування. Розвиток людських ресурсів підприємства розглядається як довгострокова інвестиція, що забезпечує належний рівень соціально-економічної безпеки підприємства. Саме тому сьогодні машинобудівні підприємства шукають нові методи розвитку персоналу. Більшість сучасних українських машинобудівних підприємств мають проблеми у галузі управління кадровим потенціалом, а саме: відсутність інноваційної спрямованості кадрової політики та використання вдалого досвіду закордонних підприємств; також це відсутність балансу на вітчизняному ринку праці; не завжди відділи кадрів враховують особистісні характеристики кожного окремого працівника та мають чітку систему розвитку та вдосконалення їх кадрового потенціалу в цілому; відсутність чіткої системи соціальних гарантій тощо.

Під час гострої економічної кризи підприємства значно зменшують бюджет на розвиток та навчання власних кадрів, тому більшої популярності набувають менш витратні методи навчання. Новий метод, такий як баддінг, дає змогу новому працівнику швидко адаптуватися до колективу та нового робочого місця за допомогою його підтримки та встановленні чесного зворотного зв'язку зі сторони бадді (“приятелем за призначенням”). Для вітчизняних машинобудівних підприємств вкрай важливо зберегти і навіть примножити свій людський капітал, щоб в момент початку стабілізації світової економіки мати вагомні конкурентні переваги. Цей ефективний та менш витратний метод дасть змогу підприємству посилити свої позиції як у внутрішній, так і у зовнішніх сферах діяльності.

Баддінг (budding) – різновид наставництва, метод навчання, який спрямований на підтримку прийнятого на підприємство працівника і базується на наданні однією людиною іншій (і навпаки) інформації і (або) встановленні об'єктивного й чесного зворотного зв'язку. У практиці американського менеджменту з'явилося поняття “баддінг” (budding у перекладі з англ. “товариство”), яке ще не набуло популярності в Україні. Доцільність даного методу навчання полягає у тому, що учень не знаходиться під тиском авторитетного наставника чи коуча, тобто його зв'язок з досвідченим колегою (“старшим товаришем”) майже рівноправний і в результаті навчання приносить більш високі результати на практиці. Але досягти ефективного процесу баддінгу набагато складніше, ніж здається на перший погляд, адже головною проблемою є налагодження необхідного тісного контакту між двома суб'єктами навчання. Баддінг передбачає підтримку в досягненні цілей (особистих або

корпоративних), а також у набутті нових навичок. Якщо коучинг спрямований на розвиток співробітника, то основна мета баддінга – його підтримка. При баддінгу з людиною встановлюється зворотній зв'язок, як при оцінюванні за системою “360 градусів”, з тією відмінністю, що в даному випадку відбувається щоденне спілкування тільки з однією людиною. Баддінг відрізняється від наставництва або коучинга повною рівноправністю учасників. Поради, рекомендації та інша інформація передаються у двосторонньому порядку – в баддінгу не існує категорій “старший” і “молодший”, “наставник” і “підлеглий”, “учитель” і “учень”. Баддінг використовується: для навчання співробітника у процесі адаптації до нового робочого місця (у т. ч. при ротації персоналу всередині підприємства); для підвищення ефективності процесу змін на підприємстві; для передавання інформації між підрозділами всередині одного підприємства; для передавання інформації між співпрацюючими підприємствами; для розвитку поведінкових навичок працівників; як інструмент формування команд.

Система баддінгу вимагає постійної уваги з боку координаторів – співробітників служби персоналу. Бадді або “приятель за призначенням” зобов'язаний у період адаптації регулярно зустрічатися з новачком і відповідати на різні запитання, допомагати налагоджувати новому співробітнику зв'язки в компанії, пояснювати прийняті в компанії правила етикету, корпоративні цінності та конкретні завдання даного відділу чи департаменту. Як правило, на роль бадді призначають працівника того ж рівня, колегу по даному або суміжному відділу, який має певний стаж роботи на підприємстві. Іноді баддінг поступово переростає в наставництво або коучинг. Головною перевагою баддінгу над іншими методами навчання персоналу є низький рівень витрат при високому показнику ефективності. Для того, щоб дані способи розвитку персоналу досягали високих результатів, менеджеру необхідно правильно обирати наставника та підопічного, а після цього налагоджувати між ними тісний зв'язок. Для підвищення ефективності від розглянутих методів навчання потрібно використовувати методи матеріального та нематеріального стимулювання “старших товаришів”. Так, на більшості західних підприємств розроблюють та встановлюють системи стимулювання працівників, які успішно навчають менш досвідчених колег.

Нами виявлено, що наставництво є достатньо розповсюдженим й ефективним методом навчання на українських підприємствах, а коучинг, і тим більше баддінг, ще не набули високої популярності. Але слід відзначити те, що наставництво переважно використовується для співробітників, для яких встановлений чіткий алгоритм переважно ручної праці (наприклад, токарі, механіки, майстри-ремонтники). Проблема вітчизняних машинобудівних підприємств полягає в тому, що дійсно, новачків дуже часто залишають без належної уваги. На основі проведеного дослідження категорій наставництва, коучингу та баддінгу можна сказати, що кожен із розглянутих методів навчання на робочому місці має свої переваги та недоліки. Завдання менеджера по персоналу – зробити правильний вибір серед даних технологій навчання в залежності від ситуації на підприємстві, зокрема необхідно враховувати особистості наставника та підопічного. На даний момент коучинг, і тим більше баддінг, ще не набули широкого використання на українських підприємствах, але застосування даних методів може дійсно сприяти: розвитку персоналу при досить невисоких інвестиціях; прискоренню процесу адаптації новачків на робочому місці; можливості формування якісного кадрового резерву. Витрати на розвиток працівників, у тому числі і баддінг, безумовно необхідні, адже без встановленої системи стимулювання для співробітників, які передають свій досвід, дані методи навчання не зможуть принести високих практичних результатів.

УДК 621.326

Ольга Костовецька

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОЇ ТА КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ

Olga Kostovetska

PROSPECTS OF INNOVATION AND CREATIVE ECONOMY DEVELOPMENT

Сучасна економіка і суспільство в розвинених країнах все більше стають креативними (творчими), результатом чого є нові ідеї та інновації в різних областях людської діяльності.

У розвинених країнах креативність стає і основним джерелом економічної цінності. Інтелектуальна власність приходить на зміну таких ресурсів, як земля, робоча сила, капітал.

На даний час на стадії креативного розвитку перебувають США, Японія, Південна Корея. Прагнуть перейти до цієї стадії країни ЄС і Китай.

У розвитку креативного суспільства головну роль відіграють нові ідеї та інновації. Об'єктами інноваційного розвитку в креативному суспільстві стають всі його сфери: економіка, наука, техніка, політика, соціальна сфера, регіони, підприємства, товари, технології, освіта, культура, мистецтво, спорт та ін.

Без креативного суспільства не може бути креативною економіка. У креативному суспільстві найбільшою мірою розкривається творчий потенціал людей.

Як показує досвід розвинених країн (США, Японії, Швеції, Німеччини та інших) основними характеристиками креативного суспільства є:

1. Товариство засноване на принципах гуманізму, лібералізму і демократії.
2. Основу креативного суспільства складають правова держава, суспільство, підприємництво та інновації.
3. Цілями суспільства є багатство, сила і розвиток.
4. Економіка креативного суспільства є соціально-орієнтованою, ринковою та інноваційною.
5. Найважливішу роль у креативному суспільстві відіграє наявність креативного класу, тобто людей, що займаються інноваційними розробками в різних областях (вчені, інженери, викладачі ВНЗ, архітектори, дизайнери, письменники, журналісти та ін.).

Характеристикою креативного суспільства є також:

1. Систематичне інвестування в інновації в різних сферах;
2. Зростання практичної віддачі від витрат на інновації;
3. Зростання кількості професіоналів, зайнятих креативною роботою;
4. Розвиток венчурного капіталу;
5. Розвиток інноваційних інфраструктур.

Найважливішим фактором розвитку креативного суспільства є його інтелектуальний потенціал.

В якості елементів інтелектуального потенціалу креативного суспільства пропоную розглянути:

- 1) людський потенціал (охорона здоров'я, виховання, освіти, фізкультура, спорт, культура, мистецтво, рівень життя, професійний рівень, інтелект громадян);
- 2) організаційний потенціал (інфраструктура освіти, науки та НДДКР, фінансування, законодавство, комунікації);
- 3) інформаційний потенціал (знання, інформаційні системи і технології);

4) міжнародний потенціал (імідж країни, економічні, політичні, освітні, наукові, культурні та інші зв'язки із зарубіжними країнами);

5) процесний потенціал (сучасні методи та технології в галузі економіки, виробництва, менеджменту, в соціальній сфері та ін.);

6) структурний потенціал (структура економіки і суспільства, партії, підприємницькі та громадські організації та спілки);

7) інноваційний потенціал (напрями фундаментальних і прикладних НДР, ДКР і ТР (технологічних розробок), їх фінансування, інновації, винахідницька активність населення, захист об'єктів інтелектуальної власності);

8) потенціал конкурентоспроможності (галузева структура конкурентоспроможності, зв'язку з ринками, розвиток високотехнологічних виробництв, їх частка у ВВП та експорті).

За рахунок взаємодії всіх цих елементів досягається ефект синергії, багаторазово підсилюється інтелектуальний потенціал креативного суспільства і підвищується ефективність його функціонування та розвитку.

Найважливішою характеристикою інноваційно-креативної економіки є наявність індустрії інновацій, під якою розуміється сфера розробки, виробництва та реалізації конкурентоспроможних інновацій в масовому масштабі. Індустрія інновацій повинна охоплювати всі галузі економіки та соціальну сферу, а інновації повинні носити галузевий і міжгалузевий характер.

Цілями індустрії інновацій є модернізація та розвиток усіх галузей економіки та сфер життя суспільства, підвищення рівня і якості життя громадян, зростання ефективності, наукоємності та якості праці і виробництва у всіх галузях економіки, забезпечення конкурентоспроможності країни на світових ринках.

Головним об'єктом управління в індустрії інновацій є інноваційний цикл: «дослідження-розробки-виробництво-розповсюдження-використання інновацій» в усіх сферах економіки і суспільства.

Основними елементами індустрії інновацій мають стати інноваційні центри, які повинні бути створені в усіх галузях і регіонах країни. Відповідні підрозділи повинні діяти в структурі регіональних органів влади, в галузевих, академічних інститутах, у великих ВУЗах, а також на великих і середніх підприємствах.

Держава відіграє центральну роль у креативному суспільстві. Державне управління має бути спрямоване на зростання багатства у всіх сферах і на всіх рівнях суспільства.

Цілями державної інноваційної політики є: розвиток науки, техніки та освіти на світовому рівні, збільшення їх внеску в розвиток економіки країни, підвищення конкурентоспроможності країни на світових ринках, поліпшення екології та ін. Головні функції держави в креативному суспільстві - захист свободи, особи і власності; активна підтримка підприємництва; формування інституційного середовища, що сприяє створенню та поширенню інновацій.

У розвинених країнах світу держава відіграє велику роль у створенні національної інноваційної системи та забезпеченні її ефективного функціонування. Важливу роль в інвестиціях в інновації має відігравати партнерство між державою і приватним бізнесом.

Як показують міжнародні фінансові та економічні кризи, необхідно також мати ефективну систему (механізми та інструменти) забезпечення сталого кількісного та якісного зростання креативної економіки і безпеки національного багатства креативного суспільства. Бюджетно-податкова система країни має бути побудована в інтересах розвитку всього суспільства, а не окремих соціальних груп.

УДК 330.131

Уляна Хрущ, Людмила Малюта

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна

ОБҐРУНТУВАННЯ СТРУКТУРИ ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ В ІННОВАЦІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

Uljana Khrushch, Ljydmyla Malyuta

DISCOURSE OF RISK MANAGEMENT STRUCTURE IN INNOVATION ACTIVITY

У сучасних умовах господарювання основним джерелом розвитку і засобом підвищення конкурентоспроможності підприємства є успішне здійснення інноваційної діяльності. Проте інноваційна діяльність істотно відрізняється від інших видів господарської діяльності підприємства більш високим рівнем ризиків, негативний вплив яких необхідно зводити до мінімуму. В таких умовах особливо важливого значення набувають питання управління ризиками. Проблемам управління ризиками в інноваційній діяльності, загалом, та змісту процесу управління, зокрема, приділяється багато уваги в наукових працях сучасних вчених-економістів. Проте і досі існують певні розбіжності щодо визначення структури та змісту даного процесу. Виходячи з цього, актуальності набуває подальше дослідження процесу управління ризиками в інноваційній діяльності.

Як показали результати досліджень, більшість існуючих у літературі підходів до визначення процесу управління ризиками в інноваційній діяльності не враховують специфіку інновацій, а, отже, схеми управління ризиками в інноваційній діяльності і в будь-якій іншій діяльності мають ідентичний вигляд. Деякі науковці останнім етапом процесу управління ризиками вважають контроль результатів і після реалізації даного етапу, на їх думку, непотрібно більше вживати ніяких заходів. Але процес управління ризиками в інноваційній діяльності повинен мати циклічний характер, оскільки впровадження новачій характеризується невизначеністю, що постійно породжує нові види ризиків, які необхідно своєчасно виявляти і враховувати в процесі управління.

Виходячи із зазначеного та враховуючи специфіку інновацій, з метою підвищення прогнозованості інноваційної діяльності та можливість передбачення усіх видів ризиків логічним є доповнення процесу управління етапом переведення невизначеності в ситуацію ризику. Слід зауважити, що даний етап має здійснюватись після кожного з етапів управління ризиками, що сприятиме своєчасному виявленню існуючих ризиків та зумовить циклічність процесу управління.

Іншим напрямом вдосконалення змісту процесу управління є його доповнення етапом ранжування ризиків, який дозволить виокремити найбільш вагомні види ризиків, що можуть істотно погіршити результати інноваційної діяльності, та приділити цим ризиками якомога більше уваги на подальших етапах управління. Отже, метою даного етапу є визначення ризиків, які потребують першочергового управління (в залежності від результатів кількісного та якісного аналізу).

УДК 338

Андрій Школовий, Богдан Андрушків

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РЕСУРСАМИ ПІДПРИЄМСТВ

Skolovy Andrey, Bogdan Andrushkiw

MANAGEMENT OF ENTERPRISES FINANCIAL RESOURCES

Управління фінансовими ресурсами підприємства розглядається як один із головних чинників підвищення ефективності будь-якої виробничо-господарської діяльності. Від цього залежить функціонування та розвиток підприємства, а також його конкурентоспроможність на ринку.

Важливою складовою фінансової бази регіону є фінансові ресурси підприємницьких структур, які повинні бути направлені на ефективний розвиток та утримання його виробничої та соціальної інфраструктури.

Фінансові ресурси – це грошові кошти, які є у розпорядженні підприємства, організації установи. Виходячи із цього визначення можна констатувати, що до фінансових ресурсів належать усі грошові фонди, а також та частина грошових коштів яка використовується у не фондів формі.

Іншими словами фінансові ресурси – це система грошових фондів, які забезпечують процес виробництва та відтворення в рамках даного підприємства та сукупність форм і методів їх витрачання. Вони, як звичайно, виступають у формах основних і оборотних фондів (капіталу) та прибутку.

При створенні фінансових ресурсів найчастіше використовують такі типи стратегій:

- використання власних коштів для розширення своєї ринкової бази;
- об'єднання фінансових ресурсів фірм для реалізації певних проектів на ринках;
- залучення всіх можливих джерел фінансування для формування та реалізації інноваційних програм підприємств;
- залучення лановських коштів великих фірм;
- перехресне фінансування.

Успішну діяльність підприємства часто пов'язують з ефективним управлінням фінансовими ресурсами. Вибір підприємством тієї чи іншої цілі залежить від галузі в якій працює, від становища на ринку. Фінансові ресурси значною мірою характеризують фінансовий потенціал, а саме можливості підприємства у здійсненні витрат з метою отримання доходу. Фінансові ресурси в комплексі з трудовими та матеріальними становлять важливий склад ресурсної забезпеченості підприємств.

Практичне використання методики визначення приросту фінансових ресурсів підприємства пов'язано з оцінкою результативності управління фінансовими ресурсами у поточному році.

Система управління фінансовими ресурсами складається з таких основних етапів: визначення проблеми; звернення до досвіду менеджерів з приводу управління фінансовими ресурсами; визначення альтернативних рішень; прийняття управлінського рішення; його реалізація; оцінка результатів реалізації рішень.

Основним напрямком управління фінансовими ресурсами підприємства є оптимізація використання ресурсів підприємства. Оптимальний варіант формування та використання фінансових ресурсів базується на застосуванні системно – аналітичного підходу до управління фінансами. В основі цього підходу лежить доцільність управлінського рішення, яке визначається ситуацією, яка формується під впливом факторів внутрішнього та зовнішнього середовища.

Від ефективного організації та правильного управління фінансовими ресурсами підприємства залежить як його фінансово – економічний стан, так і стан на ринку в сучасних конкурентних умовах. Удосконалення управління фінансовими ресурсами підприємств варто розглядати як фактор підвищення будь-якої виробничо-господарської діяльності.

При управлінні фінансовими ресурсами підприємства необхідним є застосування системного підходу, що підпорядкований загальній меті розвитку підприємства та визначає доцільність управлінського рішення залежно від ситуації, яка виникає під впливом внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства.

Удк 331.556.4

Оксана Горобець

Вища Школа політології і міжнародних стосунків, Варшава (Польща)

УКРАЇНСЬКІ МІГРАНТИ В ПОЛЬЩІ: СОЦІАЛЬНІ АСПЕКТИ РЕСУРСОКОРИСТУВАННЯ

Oksana Horobets

UKRAINIAN WORKERS IN POLAND, THE SOCIAL ASPECTS OF THE RESOURCE MANAGEMENT

Як свідчать останні події, політична ситуація в українському суспільстві дедалі загострюється і основна причина – військова інтервенція Росії в Україну. Якщо у 2013 році головною суспільно-політичною подією для більшості населення України був Євромайдан – широкомасштабний мирний протест мільйонів громадян України щодо захисту своїх прав та свобод, бажанні бути ближчими до європейських країн за рахунок Асоціації з ЄС, то вже наступний рік – 2014 рік відзначився вбивствами та викраденнями мирних протестувальників з Євромайдану, сепаратиським бунтом на сході України, окупацією Російською Федерацією Автономної Республіки Крим і початком неоголошеної військової агресії російських військ на сході України.

Саме ці події дали поштовх новим демократичним процесам в українському суспільстві, об'єднали мільйони людей у спільній меті («Україна – єдина»), сформували нових громадських лідерів (вибори Президента України, а згодом вибори депутатів Верховної Ради), стали каталізатором переоцінки суспільних цінностей і причиною збільшення кількості трудових мігрантів та біженців.

Окупація Криму та продовження військового протистояння на території східних областей України стали основною причиною різкого збільшення кількості заяв українських громадян про надання їм статусу біженця у Польщі в 2014 році. За даними польського Управління у справах іноземців, минулого року кількість таких осіб зросла у 50 разів. Якщо протягом 2013 року статус біженця спробували отримати 46 українських громадян, то в 2014 році охочих було 2318. А впродовж перших двох місяців 2015 року про бажання стати у Польщі біженцем заявили понад 400 громадян України [1]. З них, близько 34% є жителями Донецької області, близько 16% - Луганської, 13% - Криму. Утім, майже нікому з них не надають статус біженця, мотивуючи це тим, що загроза їхньому життю є лише в тих регіонах, звідки вони походять, але вони безпечно можуть проживати на решті території України. Так, цього року в 529 випадках вивчення справ або призупинено, або особам відмовлено у наданні статусу біженця. Лише у 13-ти випадках громадянам України надано тимчасовий дозвіл на проживання без надання статусу біженця.

Події в Україні спричинили масові потоки трудових мігрантів з України у Польщу. За даними Міністерства праці та соціальної політики Польщі впливає, що від січня до листопада 2014 року офіційно працювали у Польщі 359 тисяч українців, що на 134 тис осіб більше, ніж у попередньому році – це є абсолютним рекордом з моменту запровадження у 2007 році спрощеної системи працевлаштування і на 55% більше, ніж за аналогічний період 2013 року [2]. Зауважимо, що до цього часу рекордним був 2011 рік – тоді кількість українців, котрі працювали у Польщі сягала 260 тисяч осіб [3].

Польські фахівці позитивно оцінюють для Польщі так званий «український штурм», адже країна поповнюється дешевою робочою силою [3]. Економісти з Міністерства фінансів та Міністерства економіки періодично нагадують, що незважаючи на економічну кризу, Польща потребує збільшити міграційний потік. Причини: старіння працездатного населення, низький рівень народжуваності, міграція

самих поляків на Захід. За різними оцінками, країна над Віслою щороку потребує від 300 до 500 тисяч робочих рук з-за кордону, в зв'язку з чим консульськими установами збільшено квоту на видання дозвільних документів для легального перебування українців у Польщі (див. табл. 1).

Таблиця 1

Дозволи на працю для українців у Польщі у 2014 році

| Тип дозволу на працю | Кількість заяв на видачу дозволів для працю | | Кількість виданих дозволів для працю | | | | Кількість відмов у видачі дозволів для працю | | Кількість відхилених дозволів | |
|----------------------|---|-------|--------------------------------------|-------|--|-------|--|-------|-------------------------------|-------|
| | разом | жінки | разом | жінки | у тому числі продовження терміну дозволу для працю | | разом | жінки | разом | жінки |
| | | | | | разом | жінки | | | | |
| A | 27417 | 10839 | 24945 | 10045 | 2804 | 1322 | 230 | 90 | 4430 | 1520 |
| B | 215 | 71 | 174 | 55 | 33 | 7 | 8 | 3 | 12 | 2 |
| C | 1103 | 184 | 1086 | 195 | 142 | 10 | 1 | 1 | 258 | 44 |
| D | 148 | 2 | 107 | 3 | 0 | 0 | 1 | 0 | 6 | 0 |
| E | 30 | 4 | 3 | 2 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Разом | 28913 | 11100 | 26315 | 10300 | 2979 | 1339 | 240 | 94 | 4706 | 1566 |

Джерело: dane Departamentu Rynku Pracy MPiPS – Електронне джерело. Доступно з: <http://www.mpips.gov.pl/analizy-i-raporty/cudzoziemcy-pracujacy-w-polsce-statystyki/>

У 2013 році польські роботодавці зареєстрували для українців 218 тис. заявок, які дозволяють працювати у Польщі без офіційного дозволу впродовж шести місяців на рік, що на 3% менше, ніж у 2012 році [2].

Найпопулярнішим і найдоступнішим способом потрапити українцям до Польщі є отримання візи. За інформацією МЗС Польщі, з 1 січня по 9 жовтня 2014 року у польських консульських установах в Україні видано близько 656 тис. віз (439 тис. шенгенських і 217 тис. національних). У 2013 році за аналогічний період українці отримали майже 551 тис. віз (близько 390 тис. шенгенських і 161 тис. національних). Таким чином, польські консульства у 2014 році видали віз на 19% більше: шенгенських - на 13%, національних - на 34%. Найчастіше, українці «на візах» у Польщі є сезонними робітниками, які приїжджають на заробітки. Зокрема, жінки працевлаштовуються на час збирання фруктів й овочів, чоловіки - в аграрному чи будівельному секторах.

Приріст українців у Польщі спостерігається і в категорії осіб, які мають дозвіл на тимчасове (до трьох років) і постійне проживання в РП. За даними UDSC, на сьогодні з понад 121 тис. діючих посвідок на проживання в Польщі для іноземців, третину мають українці. При цьому, майже 18 тис. громадян України мають дозвіл на постійне проживання в РП, 17 тис. - на тимчасове, ще понад 2 тис. українців мають посвідку довгострокового резидента ЄС. У порівнянні з 2013 роком у 2014 році майже у 2 рази зросла кількість українців, які отримали дозвіл на постійне (з 1,5 тис. до 3,2 тис.) та на тимчасове проживання (з майже 8 тис. до понад 15 тис.) проживання в Польщі.

Більшість дозволів на проживання в Польщі надано українцям у зв'язку з їхнім працевлаштуванням (40%), завдяки шлюбу з особою, яка має польське громадянство (18%), а також студентам (16%).

Зростання зацікавленості в українців перебуванням в Польщі у Відділі справ іноземців пояснюють ускладнення ситуації в Україні, а також спрощенням процедури отримання документів на перебування в РП у відповідності до нового Закону про іноземців, що набув чинності з 1 травня цього року.

Література:

1. <http://www.pravda.com.ua/inozmi/svoboda/2015/02/26/7059864/?attempt=1>
2. <http://www.mpips.gov.pl/analizy-i-raporty/cudzoziemcy-pracujacy-w-polsce-statystyki/>
3. <http://www.rp.pl/artukul/17,1175224-Ukraincy-szturmuja.html?referer=glowna>

УДК 336

Альона Олійник

Хмельницький кооперативний торговельно-економічний інститут

ЕЛЕМЕНТИ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РЕСУРСАМИ ПІДПРИЄМСТВА

Alyona Oliunyk

ELEMENTS OF FINANCIAL RESOURCES ENTERPRISE

Однією з найважливіших ланок системи управління підприємством виступає управління фінансовими ресурсами, адже саме вони виступають найголовнішим стимулом здійснення господарської діяльності підприємством, а також забезпечують всім необхідним виробничу, наукову, маркетингову діяльність, сприяючи не тільки їх ефективному функціонуванню, але й діяльність підприємства в цілому. Під фінансовими ресурсами підприємств слід розуміти сукупність коштів з фондів підприємств та від зовнішніх надходжень, що можуть бути спрямовані на формування основного та оборотного капіталу, необхідного для провадження підприємницької діяльності і забезпечення розширеного виробництва. Вони формуються в процесі утворення статутного фонду ще до початку діяльності підприємства. Далі ці кошти інвестуються для забезпечення виробничо-господарської діяльності, розширення і розвитку виробництва.

Для того, щоб ефективно управляти фінансовими ресурсами, необхідно добре усвідомлювати походження тих чи інших ресурсів. Можливість залучати фінансові ресурси з різних джерел, у тому числі на фінансовому ринку, дає можливість підприємству відносно вільно маневрувати структурою цих ресурсів, вибираючи оптимальні їхні комбінації. Однак є визначені фактори, що впливають на обсяг і структуру фінансових ресурсів підприємства. До них належать: форма власності й організаційно-правових форм підприємства (так, наприклад, державні підприємства багато в чому залежать від складу й обсягу державних фінансових ресурсів як додаткового джерела формування капіталу), галузева приналежність підприємства, мета і задача фінансово-господарської діяльності на визначеному проміжку часу, внутрішня фінансова політика підприємства тощо.

Основними джерелами формування фінансових ресурсів підприємства є власні та залучені кошти. До власних належать: статутний капітал, амортизаційні відрахування, валовий дохід та прибуток. До залучених – отримані субсидії, кредити, пайові та інші внески, кошти, мобілізовані на фінансовому ринку [1].

Успішну діяльність підприємства часто пов'язують з ефективним управлінням фінансовими ресурсами. Управління фінансовими ресурсами являє собою систему інструментів, методів, форм розробки і реалізації управлінських рішень, пов'язаних із процесами формування, розподілу й використання фінансових ресурсів для досягнення стійкого фінансового стану й ефективної діяльності підприємства. Від ефективності управління фінансовими ресурсами підприємства залежить його спроможність досягти успіху на ринку. Правильно організоване управління є необхідним складником для успішної роботи організації в умовах жорсткої ділової конкуренції [3].

Метою управління фінансовими ресурсами є забезпечення діяльності підприємства оптимальним обсягом фінансових ресурсів у кожний конкретний період часу відповідно до напрямів його розвитку, організація формування необхідного рівня та раціонального використання фінансових ресурсів, максимізація прибутку та забезпечення підвищення ринкової вартості підприємства. Управління фінансовими

ресурсами є циклічним процесом і тому потребує постійного вдосконалення для покращення результатів [4].

Таким чином, можна виділити наступні етапи процесу управління фінансовими ресурсами підприємств в сучасних умовах господарювання:

1. Виявлення та формулювання проблеми й завдання управління фінансовими ресурсами, які повинні бути виконані на базі попередньо набутого досвіду та наявної інформації.

2. Прийняття управлінського рішення щодо використання фінансових ресурсів і його реалізації.

3. Аналіз результатів прийнятого рішення з погляду можливих способів його модифікації чи зміни, а також їх врахування в процесі накопичення досвіду, який може бути використаний у майбутньому.

У процесі діяльності підприємство повинно обрати оптимальні варіанти збільшення капіталу як за рахунок зовнішніх, так і внутрішніх фінансових ресурсів. При управлінні фінансами необхідно з'ясувати [5]:

– яку частину прибутку, що залишився в розпорядженні підприємства після сплати податків, спрямувати на розвиток виробництва, технічне переоснащення, а яку – у фонд споживання;

– як використати кошти – на будівництво нового цеху чи придбання акцій іншого підприємства;

– куди вкласти кошти – придбати понад мінімальні потреби виробництва запаси дефіцитних матеріалів чи купувати їх у міру потреби;

– збільшити статутний фонд за рахунок додаткової емісії акцій чи звернутися за кредитом до комерційного банку.

Удосконалення управління фінансовими ресурсами підприємства можна розглядати як один із головних чинників підвищення ефективності виробничо-господарської діяльності. Від цього залежить покращення позицій підприємства серед конкурентів, його стабільне функціонування та динамічний розвиток.

Отже, від ефективної організації та правильного управління фінансовими ресурсами підприємства залежить як його фінансово-економічний стан, так і його положення на ринку в сучасних конкурентних умовах. Управління фінансовими ресурсами – це процес прийняття ефективних управлінських рішень, які поєднують у собі досвід професіоналів і певні умови, що складаються в конкретний момент часу і потребують виконання оперативних і стратегічних завдань. Система управління фінансовими ресурсами підприємства являє собою частину загальної системи управління підприємством, а також є сукупністю форм, методів і прийомів, за допомогою яких здійснюється управління грошовим оборотом та фінансовими ресурсами. Удосконалення системи управління фінансовими ресурсами є одним із ключових чинників підвищення ефективності виробничо-господарської діяльності, від нього залежить стабільне функціонування, динамічний розвиток, позиція підприємства на ринку тощо.

Література:

1. Поддєрьогін А. М., Білик А. М., Буряк Л. Д. Фінанси підприємств: підручник / Кер. кол. авт. і наук. ред. проф. А. М. Поддєрьогін. – 5-те вид., перероб. та допов. – К.: КНЕУ, 2004. – 546 с
2. Опарін В. М. Фінанси (Загальна теорія): Навч. посібник— 2-ге вид., доп. і перероб. — К.: КНЕУ, 2005. — 240 с.
3. І.В. Рудченко. Удосконалення механізму управління фінансовими ресурсами підприємства.
4. Вінц Ю.О. Удосконалення управління фінансовими ресурсами підприємства // Держава та регіони. – 2007.
5. Погожа Н. В. Проблемні аспекти формування та використання фінансових ресурсів підприємства в умовах рецесії України / Н. В. Погожа // Вісник соціально-економічних досліджень. – 2012. – № 2(45). – С. 144-149.

УДК 338.515.001.7

Осадчук Ю.М.

Хмельницький кооперативний торговельно-економічний інститут

ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ РИНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Osadchuk J.

PROBLEMS OF FORMING COMPANY PROFITS IN A MARKET ECONOMY

В умовах ринкової економіки основною метою функціонування будь-якого підприємства є прибуток, який є показником ефективності роботи господарюючого суб'єкта. На сьогоднішній день в умовах реформування української економіки спостерігається тенденція до зниження рівня рентабельності виробництва, тому дана проблема є дуже актуальною та потребує подальшого дослідження.

Підприємства намагаються підвищувати прибутки за рахунок збільшення обсягу виробництва продукції, що потребує споживач, та зниження витрат на її виробництво. Таке явище має позитивний характер, адже в умовах розвитку конкуренції досягається не тільки мета підприємства, але й задовольняються суспільні потреби.

На думку більшості авторів, прибуток являє собою позитивний результат від діяльності підприємства. Але існують думки про те, що дана економічна категорія – це частина доходу, яка залишається після покриття усіх витрат, і яка використовується в подальшому для виплати дивідендів власникам підприємства. На нашу думку, прибуток в першу чергу, повинен використовуватися для розвитку суб'єкта господарювання, бути власним джерелом інвестицій і лише потім розглядатися як дохід власників.

Формування прибутку залежить від багатьох чинників, кожний з яких позитивно або негативно впливає на величину прибутку підприємства. Всі фактори, від яких залежить прибутковість можна поділити на зовнішні (фактори, які не залежать від діяльності суб'єктів господарювання) та внутрішні (фактори, які залежать від діяльності підприємства).

Серед зовнішніх факторів можна виокремити три групи: загальноекономічні фактори (побудова на основі власності виробничих відносин, формування організаційно-правових структур ринкового типу, створення інфраструктури ринку), ринкові фактори (суттєве коливання попиту і пропозиції, рівень реальних доходів населення, нестабільність фінансового ринку) та інші фактори (політична нестабільність, негативні демографічні тенденції та ін.) [1, с.16]

Серед внутрішніх факторів також можна виокремити три групи: виробничі фактори (використання матеріально-технічної бази виробництва, використання трудового потенціалу), інвестиційні фактори (впровадження у виробництво нових засобів праці, витрати інвестиційних ресурсів), фінансові фактори (формування фінансової стратегії, планування діяльності, структура джерел фінансування) [1, с. 17].

При визначенні прибутку на підприємстві, в першу чергу, необхідно враховувати величину доходів та витрат. Доходи – це збільшення економічних вигод у вигляді надходження активів або зменшення зобов'язань, які призводять до зростання власного капіталу (крім зростання капіталу за рахунок власників. Витрати – це зменшення економічних вигод у вигляді вибуття активів або збільшення зобов'язань, які призводять до зменшення власного капіталу [2]. У більшості випадків витрати на продукцію оцінюють за собівартістю, яка склалась на дату її виготовлення. Вона не повинна перевищувати витрат на придбання аналогічної продукції на ринку.

У процесі діяльності підприємства взаємозв'язок між отриманими доходами та здійсненими витратами простежити доволі складно, що зумовило необхідність визначити критерії списання витрат під час їхнього здійснення. Це так звані витрати періоду, більшість яких є важливою складовою у ході забезпечення діяльності підприємства, однак простежити їхній прямий вплив на отримані прибутки доволі складно.

Прибуток підприємства являє собою результуючий фінансовий показник, що унеможливує його безпосереднє використання як об'єкт управління і вимагає формування важелів впливу на величину прибутку через управління факторами його формування та використання. Складовими системи управління прибутком є: управління прибутком на етапі його формування - це вибір підприємством стратегії управління прибутком; управління доходами суб'єкта господарювання - це контроль за окремими складовими сукупного прибутку підприємства; управління затратами суб'єкта господарювання – відіграє провідну роль не лише в управлінні прибутком, а й у структурі фінансового менеджменту взагалі; управління прибутком на етапі його використання – має забезпечувати стабільне зростання ринкової вартості підприємства та доходів акціонерів.

Отже, підприємство повинно враховувати всі чинники, які мають вплив на його функціонування і постійно оптимізувати свою діяльність. Тобто, формування і використання прибутку є досить складним механізмом, який охоплює всі сфери діяльності підприємства.

Для ефективного управління прибутком підприємства та збільшення його величини необхідно:

1. Розробити таку стратегію управління прибутком, яка б відповідала довгостроковим цілям розвитку підприємства та дозволяла досягти найкращих результатів за допомогою наявних ресурсів.

2. Враховувати доходи від усіх видів діяльності підприємства, кожний з яких матиме досить вагомий вплив на величину прибутку.

3. Планувати витрати таким чином, щоб їх сума в жодному разі не перевищувала доходи в даному періоді. Це дозволить забезпечити хоча б беззбитковість виробництва та врятувати в подальшому підприємство від банкрутства.

4. При використанні прибутку орієнтуватися, в першу чергу, на потреби самого підприємства у формуванні джерел власного фінансування, що в подальшому призведе до максимізації та стабілізації прибутку та розвитку суб'єкта господарювання.

Отже, безумовно, бажаним результатом будь-якої підприємницької діяльності є прибуток, який при бажаних його обсягах, дає можливість для саморозвитку та збільшення масштабів діяльності суб'єкта господарювання.

На нашу думку, для збільшення ефективності роботи кожне підприємство повинно:

- враховувати всі внутрішні та зовнішні фактори впливу на прибуток;
- обрати таку стратегію управління прибутком, яка б дозволила максимізувати рентабельність підприємства за наявних у нього фінансових ресурсів;
- контролювати витрати (проводити політику оптимізації витрат) з метою недопущення перевищення їх над доходами.

Література:

1. Фінансова діяльність підприємства / Бандурко О.М., Коробов М.Я., Орлов П.І., Петрова К.Я. – К.: Либідь, 2013. – 310 с.

2. Міакова Г.І. Фактори впливу на прибуток / Міакова Г.І., М'яло В.В. // Наукові праці КНТУ. – 2005. – Вип. 74. – С.15-17.

УДК 658.628:339.37

Павлова Марина

Хмельницький кооперативний торговельно-економічний інститут

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ АСОРТИМЕНТУ ТОВАРІВ У РОЗДРІБНОМУ ТОРГОВЕЛЬНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

Pavlova Marina

MODERN APPROACHES TO THE FORMATION OF A RANGE OF GOODS IN RETAIL TRADE ENTERPRISE

У сучасних умовах конкуренції ринок визначає необхідний йому асортимент, тому завданням підприємства є задовольнити попит краще, ніж конкуренти. Бурхливий розвиток роздрібною торгівлі в Україні потребує від керівників більш гнучкого реагування щодо конкурентного середовища. Формування оптимального товарного асортименту – це один з найважливіших і найдієвіших інструментів підтримки конкурентоспроможності торговельної мережі, адже саме асортимент відрізняє підприємство від багатьох інших підприємств. При неоптимальній структурі асортименту відбувається зниження як потенційного, так і реального рівня прибутку, втрата конкурентних позицій на перспективних споживчих і товарних ринках і, як наслідок цього, спостерігається зниження економічної стійкості підприємства. [2]

Формування асортименту являє собою процес підбору товарів за видами, моделями, фасонами, розмірами, кольорами, споживчими комплексами і іншими ознаками у відповідності із попитом населення, з метою найбільш повного його задоволення. Цей набір товарів дозволяє задовольнити реальні або прогнозовані потреби населення, забезпечити швидку оборотність товарів і високу прибутковість роботи підприємства.

Формування асортименту, як будь-який торгово-технологічний процес, знаходиться під впливом ряду факторів. Умовно їх можна розділити на фактори, на які торговельне підприємство не може істотно вплинути, але повинно їх враховувати, і фактори, які повною мірою залежать від самого торговельного об'єкта. До першої групи відносяться фактори, які не залежать від торгової організації: соціальні, економічні, демографічні, національно-побутові, культурні, релігійні, природно-кліматичні чинники і т.д. До другої групи належать фактори, що залежать від самої організації торгівлі: тип і розмір магазину, кваліфікація кадрів, рівень організації комерційної діяльності з формування торгового асортименту, ступінь використання нових технологій, торгових площ, вміння управляти товарними потоками і т.д.

Поряд з основними факторами формування асортименту, є ще декілька сучасних, загальних тенденцій, які повинні бути враховані при формуванні пропозиції товарів та послуг для забезпечення конкурентоспроможності торговельного підприємства та його успіху. Такими тенденціями вважають: – зростання рівня доходів населення, що спонукає торговельні підприємства створювати торгові відділи у різних цінових сегментах, наявності на підприємстві широкого асортименту товарів у різних цінових групах; зростання уваги до продуктів класу «преміум», дешевих товарів, ексклюзивних товарів, виготовлених під замовлення окремого клієнта. Проте, незважаючи на зростання грошових доходів, актуальним питанням для сучасного споживача залишаються ціни реалізації товарів, цінова гнучкість, співвідношення «ціна-якість». Сучасний споживач не бажає «переплачувати».

– орієнтація на раціональне витрачання вільного часу, робить актуальним наявність в асортименті торговельних підприємств готової їжі, продуктів швидкого приготування,

непродовольчих товарів одноразового використання тощо;
– якість обслуговування покупців значною мірою залежить від режиму роботи роздрібного торговельного підприємства. Тому виникає потреба узгодження часу торговельного обслуговування з графіком робочого часу споживачів, які обслуговуються, подовження часу роботи магазинів, впровадження концепції 24/7 (робота 24 години, 7 днів на тиждень) на весь торговельний об'єкт або окремі відділи;
– зростання уваги до харчової безпеки вимагає від керівників роздрібних торговельних підприємств посилення контролю на етапі вибору постачальника, експертизи товарної документації, приймання товарів до реалізації, добросовісного інформування покупців (упаковка, внутрішньомагазинна інформація, консультування продавців);
– незважаючи на широкий асортимент і привабливі упаковки товарів, коли йдеться про харчові продукти – покупці все більше відчують невпевненість щодо оздоровчих та смакових властивостей. Все більше споживачів свідомо віддають пріоритети дійсно натуральним продуктам, намагаючись уникнути заміників натуральних компонентів. Підвищена увага до здоров'я, популяризація здорового способу життя вимагає наявності в асортименті товарів дієтичного та оздоровчого призначення, зі знизеним вмістом жиру, солі, цукру, підвищеним вмістом вітамінів, мінералів, кальцію; екологічних миючих та відбілюючих засобів, товарів побутової хімії без вмісту сульфату натрію, білизни та одягу з природної сировини тощо;
– бурхливий розвиток науки і техніки докорінно змінили не тільки продуктивні сили, а й саме життя. Технічно нові продукти не тільки відрізняються від своїх попередників, але і переважають їх. Щоб зацікавити сучасного споживача, в асортименті мають бути товари, які відповідають сучасному науково-технічному рівню.

Останніми роками у сфері торгівлі України відбуваються відчутні позитивні зміни: створюються роздрібні торговельні підприємства, які за рівнем культури обслуговування покупців відповідають вимогам європейських стандартів, упроваджуються сучасні торговельні технології, визначилася стійка тенденція до реального зростання обсягу роздрібного товарообороту, сектор споживчих товарів стрімко зростає, збільшується обсяг споживання товарів та послуг. Високий рівень розвитку товарної пропозиції, використання маркетингових підходів для просування та стимулювання збуту товарів сприяли появі споживачів нового типу, очікування та вимоги яких суттєво відрізняються від тих, що існували кілька десятиліть тому. [3]

Сучасні споживачі знають, чого вони бажають. Вони суворі критики, практично мислячі, економні і розумні покупці. Одним словом, роздрібні торговці мають краще знати своїх покупців, краще прогнозувати їх бажання і потреби. Вони повинні пропонувати людям широкий асортимент товарів та дарувати такі враження від процесу покупок, які завжди перевершували б очікування покупців. І це найскладніше завдання з усіх, які належить вирішувати роздрібним торговцям у наступному десятилітті. [1]

Література:

1. Берман Б. Розничная торговля: стратегический подход [текст]: пер. с англ. /Б. Берман Дж. Р. Эванс. – М.: Вильямс, 2003. – 1181 с.
2. Одинцова Е.В. Формирование ассортиментной политики. Электронный ресурс [URL: www.marketing.cfin.ru].
3. Шульгіна Л. М. Структура споживчої цінності товарів та шляхи її формування / Л. М. Шульгіна, В. М. Мельничук // наук. журн. «Вісник Донецького університету: Серія В: Економіка і право, Спецвипуск», Т. 1. – Донецьк: Донецький національний університет, 2011. – Спецвипуск, том 1. – С. 279–283.

УДК 330

Ярослав Белас

Університет Томаша Бати в Зліні, Чеська Республіка

Юрій Білан

Національний університет харчових технологій

ФОРМУВАННЯ БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩА МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА: ПРИКЛАД ЧЕСЬКОЇ РЕСПУБЛІКИ, СЛОВАЧЧИНИ ТА УКРАЇНИ

Jaroslav Belás, Yuriy Bilan

FORMATION OF SMALL ENTREPRENEURSHIP'S BUSINESS ENVIRONMENT IN CZECH REPUBLIC, SLOVAKIA AND UKRAINE

Малі підприємства стають все більш важливим компонентом економічного розвитку, займаючи значну частку національних економік по всьому світу. Бізнес-середовище малих і середніх підприємств (МСП) є темою теоретичних і практичних досліджень в Європейському Союзі та за його межами.

Згідно даних Європейської комісії за 2012 рік "джерелом життєвої сили" європейської економіки є 23 мільйони малих і середніх компаній, які охоплюють більше 98% середовища бізнесу. Вони забезпечують дві третини від загальної чисельності зайнятих у приватній сфері, і протягом останніх п'яти років вони створили близько 80% нових робочих місць. Ще вищий показник характерний для країн ЄС-15. Для прикладу в 2012 році частка МСП у загальній кількості діючих підприємств в Чеській Республіці становила 99,86%, тоді як частка доданої вартості – 53,81%. Частка працівників малого та середнього бізнесу в загальній чисельності зайнятих у сфері бізнесу в Чеській Республіці в 2012 році становила 59,43%. У Словаччині частка малих та середніх підприємств у загальній чисельності діючих підприємств становила 99,2%; в загальній зайнятості – 59,5%, частка доданої вартості – 55,6%, а частка малих та середніх підприємств в прибутку до сплати податків – 51,6%.

Згідно даних Державна служба України з питань регуляторної політики та розвитку підприємництва у структурі вітчизняного підприємництва за розміром підприємств станом на початок 2013 року частка малих підприємств становила 94,3 %, що в цілому не відповідає європейським стандартам. На кінець 2012 року у секторі малого і середнього підприємництва було зайнято 7,5 млн. осіб, що складає 40 % зайнятого населення працездатного віку. У порівнянні з 2011 роком кількість зайнятих працівників у суб'єктів малого і середнього підприємництва зменшилася на 3 %.

Однією з найважливіших проблем для малих підприємств в Україні є фінансова неспроможність, яка виникає через обмеженість доступу до зовнішнього фінансування. Навіть до економічного спаду, деякі з малих підприємств мали проблеми з отриманням коштів, необхідних для росту та інновацій, а через фінансову кризу кредитування банками сповільнилося, і ця ситуація ще більше загострила існуючі проблеми малих підприємств.

Ключовою передумовою успішного управління і розвитку всіх підприємств є сприятливе бізнес-середовище, коли держава підтримує і захищає економічну конкуренцію, створює чіткі і стабільні правила, і ефективно забезпечує їх дотримання усіма учасниками ринку, мінімізуючи адміністративні бар'єри для підприємців. Позитивне сприйняття бізнес-ситуації суспільством означає зацікавленість у відкритті бізнесу, що в подальшому призведе до зростання ВВП і зайнятості. Побутує думка, що країни з кращими умовами для ведення бізнесу водночас досягають і вищого рівня життя.

УДК 332

Анетта Зелінська

Економічний Університет в Вроцлаві

ПРИНЦИПИ РАЦІОНАЛЬНОГО ГОСПОДАРИВАННЯ

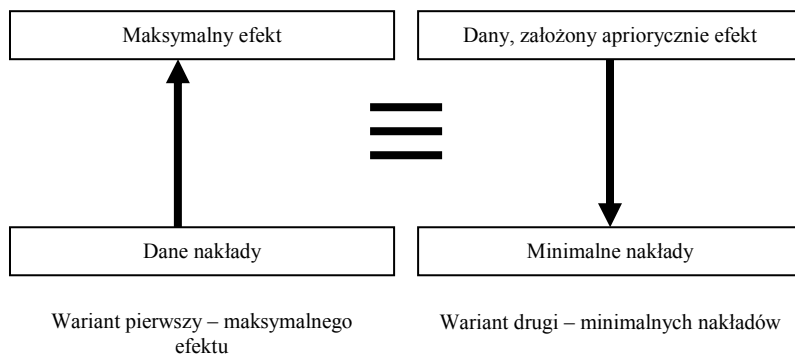
Anetta Zielińska

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

THE PRINCIPLE OF RATIONAL MANAGEMENT

W teorii ekonomii racjonalność utożsamiona jest z zasadą racjonalnego gospodarowania (schemat 1.). W firmie działającej na rynku czy gospodarstwie domowym realizacja funkcji celu odbywa się zatem zgodnie z tą zasadą, według jednego z jej wariantów: (1) zasady największego efektu (największej wydajności), (2) zasady najmniejszego nakładu środków (oszczędności środków).

Schemat 1. Warianty zasady racjonalnego gospodarowania



Źródło: Becla A., Czaja S., Zielińska A., *Analiza kosztów-korzyści w wycenie środowiska przyrodniczego*, Wydawnictwo DIFIN, Warszawa 2012, s.66.

Zasada największego efektu stwierdza, że maksymalny stopień realizacji celu osiąga się, postępując w ten sposób, aby przy danym nakładzie środków otrzymać maksymalny stopień realizacji celu. Zgodnie z zasadą najmniejszego nakładu należy postępować w taki sposób, aby przy danym stopniu realizacji celu wykorzystać minimalny nakład środków. Oba warianty prowadzą do tego samego finalnego rezultatu. Postępując według zasady największego efektu, przyjmujemy jako wyjściową nakład wszystkich posiadanych środków i osiągamy maksymalny stopień realizacji celu, możliwy przy danych środkach. Natomiast postępując według zasady najmniejszego nakładu środków, wybieramy jako sytuację wyjściową pewien stopień realizacji celu, który osiągamy przy minimalnym nakładzie środków. Upraszczając nieco, możemy powiedzieć, że gdybyśmy wyobrazili sobie identyczną sytuację, w której dwa podmioty dążą do realizacji celu według obu wymienionych wariantów zasady racjonalnego gospodarowania, to każdy z nich osiągnąłby ten sam efekt.

Okazuje się jednak, że w określonych sytuacjach poszczególne warianty zasady racjonalnego gospodarowania są bardziej preferowane przez podmioty działające. Wariant największego efektu wykorzystywany jest w warunkach konkurencji rynkowej, gdy przedsiębiorstwa czy gospodarstwa domowe maksymalizują swoje funkcje celu (zysku czy użyteczności). Wariant minimalnych nakładów jest także preferowany. Jak pisał A. Krzyżanowski: „Racjonalne myślenie stanowi podkład działań ludzkich. Człowiek rozumuje i postępuje zgodnie z zasadą najmniejszego wysiłku... Logika nie jest niczym innym, jeno techniką myślenia, polegającą na stosowaniu zasady najmniejszego wysiłku. Chodzi w logice o to, żeby stworzyć system, umożliwiający najmniejszym nakładem myśli, a zatem najbardziej sprawnie, osiągnąć zamierzony rezultat. Ta sama zasada jest miarodajną dla każdej ludzkiej działalności, boć przecie człowiek jest istotą racjonalną i inaczej nie może myśleć i działać, jak tylko na zasadzie najmniejszego wysiłku”².

Zasada racjonalnego gospodarowania niesie określone konsekwencje metodologiczne. Pojawia się tu zagadnienie kwantyfikacji i porównywalności nakładów oraz efektów. Jeżeli jako jednostkę miary zastosujemy pieniądz, przełamanie bariery porównywalności pociąga za sobą wszystkie dodatkowe konsekwencje, jakie niesie system cen, zjawiska inflacyjne, ceny stałe i bieżące itp. Kwantyfikacja i porównywalność pozwala jednak na stosowanie metod rachunku ekonomicznego. Aby taka postawa analityczna dominowała społeczeństwo musi swoje zachowania i decyzje podporządkować kryteriom ekonomicznym.

¹ Becla A., Czaja S., Zielińska A., *Analiza kosztów-korzyści w wycenie środowiska przyrodniczego*, Wydawnictwo DIFIN, Warszawa 2012, s.65.

² A. Krzyżanowski, *Teoria i polityka oszczędności*, Warszawa 1931, s. 5.

РЕКОМЕНДАЦІЇ

Міжнародної науково-практичної конференції пам'яті почесного професора ТНТУ, академіка НАН України Чумаченка Миколи Григоровича:

«Інноваційні аспекти ресурсокористування»

Березень-квітень 2015р.

м. Тернопіль

Узагальнення результатів дискусії з теоретичних та практичних досліджень щодо стратегії та перспектив, розвитку менеджменту інноваційної діяльності у сфері ресурсокористування, удосконалення організаційно-економічних механізмів його становлення, дало можливість виробити наступні висновки і рекомендації:

1. Сучасні організаційно-економічні механізми управління ресурсним потенціалом в умовах і виробництва та сфери послуг в умовах свідчить про необхідність системного удосконалення підходів як у державі загалом, так і у регіонах, зокрема на міні-, макро- та мезорівнях.
2. Реформування національної економіки підтверджує правомірність та доцільність застосовувати в Україні світовий досвід у цій сфері діяльності.
3. Рекомендувати регіональним органам управління повсякчас сприяти пріоритетному розвитку, впровадженню досягнень науки і техніки, НТП у рамках реалізації Програми розвитку інноваційної діяльності в Україні.
4. Упровадження інноваційно-підходів у регламентуванні фінансово-економічної діяльності підприємств в умовах реформаційного суспільства повинні вирішуватися комплексно, виходячи зі специфічних особливостей розвитку національної економіки. Виходячи з цих міркувань, доцільно організувати на громадських засадах вивчення сучасних адаптивнотрансформаційних підходів до формування інституційних засад регламентації фінансово-економічної діяльності підприємств.
5. Орієнтувати державну політику на сприяння розвитку регламентування фінансово-економічної діяльності підприємств на інноваційних засадах у контексті вступу України до Європейського Союзу.
6. Установам, підприємствам та організаціям, що безпосередньо здійснюють управління інноваційною діяльністю, доцільно вивчити можливості впровадження інституційних засад регламентації фінансово-економічної діяльності підприємств шляхом переходу від прямого адміністрування до економічного впливу на господарську роботу.
7. Подальша трансформація суспільних процесів у руках держави дозволить перевести їх управління на якісно нову основу регламентації фінансово-економічної діяльності підприємств.

Втілення в життя усіх означених рекомендацій багато в чому залежить від ініціативи, державних органів влади, місцевого самоврядування, науковців та практиків. Запропоновані у дискусіях економічні механізми упровадження інноваційних засад ресурсокористування в умовах суб'єктів господарської діяльності, удосконалення методології та організації цього процесу, практична реалізація висновків і рекомендацій створять необхідні умови ефективного господарювання як на рівні держави, галузей національної економіки, регіонів, так і безпосередньо господарюючих суб'єктів.

Підписано до друку 25.03.2015. Формат 60×80, 1/16.
Друк лазерний. Папір офсетний. Гранітура TimesNewRoman.
Умовно–друк. арк. 10,5. Наклад – 100 прим.
Замовлення № 250315

Друк ФОП Паляниця В. А.
Свідоцтво ДК №4870 від 20.03.2015 р.
м. Тернопіль, вул. Б. Хмельницького, 9а, оф.38.
тел. (0352) 528–777.