

**М.С. Білошицька, магістрант, гр. ПВМ-2, ФЕМ**  
**Науковий керівник – ст. викл. А.А. Корнійчук**  
*Житомирський державний технологічний університет*

### **ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МОЛОКОПЕРЕРОБНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ**

Харчова промисловість є однією із провідних промисловостей вітчизняної економіки. Вона безпосередньо задіяна в забезпеченні продовольчої безпеки держави, формуванні її експортного потенціалу та здатна позитивно впливати на динаміку економічного зростання України. Встановлено, що ефективна, високопродуктивна, динамічно зростаюча харчова промисловість є пріоритетом у забезпеченні економічної безпеки держави і досягненні високої національної конкурентоздатності.

Вітчизняна харчова промисловість об'єднує 22 спеціалізовані промисловості, до яких входить понад 40 основних виробництв. Щодо молокопереробної промисловості, в нашій державі вона є однією з головних ланок агропромислового комплексу, питома вага якої в загальних обсягах виробництва харчової та переробної промисловості досягає 18 %.

Питаннями підвищення ефективності функціонування молокопереробної промисловості займаються зокрема такі вітчизняні вчені-економісти, як І.М. Галак, М.М. Ільчук, Л.О. Мармуль, В.Я. Месель-Веселяк, П.Т. Саблук, І.Н. Топіха, Д.Ф. Харківський, Г.В. Чабан, О.О. Швець.

На сьогоднішній день молокопереробна промисловість України відноситься до ресурсообмежених промисловостей, відрізняється масовим виробництвом, термін реалізації продукції є обмеженим. В сучасних умовах існують проблеми із сировинним забезпеченням, спостерігається значна зношеність технологічного обладнання молокопереробних підприємств та скорочення коштів на їх оновлення. Дуже повільно впроваджуються новітні прогресивні технології щодо випуску якісної молочної продукції. Погіршується фінансово-економічний стан малих виробників, які працюють в основному в своїх регіонах і не можуть вплинути на ринок в цілому.

Подальший розвиток молокопереробної промисловості в Україні залежить в основному від інтенсивних факторів, що базуються на результатах інвестиційної діяльності, адже без стимулювання інвестиційної діяльності неможливий економічний та соціальний розвиток держави. Щодо розвитку молокопереробної промисловості України, то показники виробництва молочної продукції суттєво знизилися після 1990 року. Спад виробництва молока був досить довгим та глибоким, а його відродження у порівнянні з іншими промисловостями АПК почалося пізніше — це мало значний вплив на стан молокопереробних підприємств. В 2008 році виробництво молока та молочних продуктів складало 1834,5 тис. т, що на 82,9 тис. т менше, порівняно з 2007 роком. На протязі 2009-2012 рр. виробництво молока та молочних продуктів складало 1710 тис. т. Починаючи з 2013 року обсяг виробництва молока та молочних продуктів почав зростати. В 2014 році він склав 1908,7 тис. т, що на 209,5 тис. т більше, порівняно з 2011 роком. В 2016 році обсяг виробництва молока та молочних продуктів різко скоротився. Він склав 1630,1 тис. т, що на 263,8 тис. т менше, ніж в минулому році. Отже, найбільший обсяг виробництва молочних продуктів спостерігається в 2014 р. (44,3 кг). В 2016 р. порівняно з попереднім роком спад виробництва склав 3,8%, в т.ч. за рахунок падіння переробки молока.

За 2016 рік сформувався лідери у виробництві та реалізації молочної продукції: 1. ТОВ «Danone»; 2. ТОВ УК «ТерраФуд»; 3. ТОВ «Техмолпром».

Ринок молочної продукції у 2016 році має високі конкурентні позиції. На першому місці найбільших виробників ринку компанія ТОВ «Danone» з річним доходом більше ніж 2,5 млрд. грн. На другому ТОВ УК «ТерраФуд» з річним доходом 2,3 млрд. грн. Наступне місце у рейтингу найбільших виробників займає компанія ТОВ «Техмолпром», фінансовий результат якої за 2016 рік досягнув 1,7 млрд. грн.

Функціонування підприємств з виробництва молока та молочних продуктів має свої специфічні господарські та організаційні особливості:

- короткий термін зберігання продукції у сирому вигляді, що потребує пошуку каналів його оперативної реалізації або короткотривалого зберігання у відповідних умовах;
- наявність широкого асортименту продуктів переробки;
- висока трудомісткість виробництва, праця виступає лімітуючим фактором;
- необхідність великих капіталовкладень, пов'язаних з введенням в експлуатацію і утриманням відповідних будівель і споруд.

Сучасні виробники мають орієнтувати свою діяльність на основні тенденції, що існують на світовому молочному ринку. Серед них можна виділити:

1) зниження зовнішніх постачань внаслідок падіння рівня попиту в Китаї та Росії. Внаслідок таких змін у всьому світі спостерігалися найнижчі ціни на молочну продукцію за декілька років (весна, літо).

2) закони і правила, що швидко змінюються. Попит на натуральні продукти без штучних домішок і барвників зростає. Це свідчить, про необхідність адаптації якості вітчизняної продукції до світових стандартів.

3) зростаюча мережа міжнародних угод про вільну торгівлю.

Останнім часом у світі відбувається скорочення обсягів виробництва молока. Загальний обсяг виробництва молока в п'яти ключових експортних регіонах (ЄС, США, Новій Зеландії, Австралії та Аргентині) у травні 2016 р. знизився на 7 %. На вітчизняному молочному ринку також спостерігається сезонне скорочення пропозиції сировини і, як наслідок, стабілізація закупівельних цін на молоко. В 2016 році експорт українських молочних продуктів нижчий, ніж у попередні роки. Основними країнами споживачами українських молочних продуктів є Азербайджан, Молдова, Вірменія, Казахстан.

Основні проблеми молокопереробної промисловості, заключаються в чинниках, які негативно впливають та стримують розвиток промисловості: відсутність якісної сировини для виробництва продукції; невеликий ринок збуту продукції, що змушує більшість підприємств скорочувати виробництво та працювати на склади, чи навіть взагалі закрити виробництво; падіння рівня внутрішнього споживання через кризові явища в країні; неструктуроване виробництво та брак кооперації; зменшення кількості поголів'я крупної рогатої худоби; нестабільність цін на продукцію та їх невідповідність витратам; неузгодженість взаємозв'язків між виробниками та переробниками; нестабільний (кризовий) стан економіки країни; недостатня кількість лабораторій для визначення якості молочних продуктів.

Також, гостро постають наступні проблеми:

- відсутність підтримки інвестиційної діяльності з боку держави;
- відсутність механізму встановлення закупівельних цін на сировину та невідповідність її якості з вимогами СОР;
- власних коштів молокопереробних підприємств;
- підвищення рівня цін на енергетичні ресурси.

Аналізуючи дану ситуацію, можна зробити висновок, що молокопереробна промисловість потребує суттєвого удосконалення.

Для зростання рівня конкурентоспроможності молокопереробних підприємств, а також їх продукції можна запропонувати такі заходи:

- постійний контроль і відновлення виробничої складової, застосування сучасних техніки й технологій на виробництві, використання енерго- та ресурсозберігаючих технологій;
- впровадження ефективної політики ресурсозабезпечення;
- контроль фінансового стану підприємства, управління інвестиціями;
- запровадження системи моніторингу цін на молоко та молочну продукцію;
- розробка довгострокових і короткострокових стратегій, планування й прогнозування діяльності, поліпшення системи управління підприємством;
- стимулювання інвестиційної діяльності молокопереробних підприємств за допомогою фінансово-кредитних, податкових стимулів, сприяння реалізації конкретних найбільш ефективних інвестиційних проєктів, застосування протекційних заходів (застосування тарифних та нетарифних інструментів).

Ще одним перспективним напрямом поліпшення розвитку молокопереробної промисловості є кооперація виробників молока. Потрібно згуртувати всі зусилля на підвищенні виробництва молока за рахунок зростання продуктивності корів при одночасному збільшенні їх кількості.

Така кооперація повинна підтримуватися на рівні держави, шляхом стимулювання контролю цього процесу. Це дозволить, в першу чергу, вирішити проблеми самих виробників молока, а, по-друге, забезпечити молокопереробні підприємства сировиною, тим самим максимально завантажити їх виробничі потужності.

З метою розвитку молокопереробної промисловості, необхідно здійснити суттєві зміни в існуючому законодавстві. Держава повинна створити нормальну законодавчу базу для функціонування молочних кооперативів та вирішення питання з реформування ветеринарної служби. Несвочасне прийняття правильних рішень призведе до втрати ринків збуту та ускладнить відкриття нових. Також на сучасному рівні розвитку промисловості, постає проблема з молокозмісними продуктами. Для відновлення довіри споживачів, цю проблему можна вирішити лише на законодавчому рівні. Важливим моментом у вдосконаленні законодавчої бази є не лише написання потрібних і правильних законів з боку державних органів управління, але й забезпечення належного рівня дотримання норм та покарання порушників.

З огляду на сучасний стан економіки, необхідно сформулювати основну мету діяльності молокопереробних підприємств, яка буде адаптована до сучасних умов і полягатиме у встановленні молокопереробної політики як високорентабельної промисловості економіки України. Дуже важливо покращити сформовані тенденції у структурі молокопереробного підкомплексу, коли залишки від вітчизняної індустрії працюють здебільшого на певну кількість споживачів. Хоч сучасний асортимент молочних продуктів дещо зріс, порівняно з попередніми роками, проте молочна продукція України не відповідає світовим стандартам якості, що значно стримує розвиток промисловості.

Т.О. Біляк, ст. викладач кафедри економіки та підприємництва  
Житомирський державний технологічний університет

### ОСОБЛИВОСТІ МЕНЕДЖМЕНТУ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В СФЕРІ СТРАХУВАННЯ

У практиці управління страховими компаніями набула поширення система «керівництво у співвідношенні зі співробітництвом». Особливості цієї системи полягають у тому, що вона будується на принципах лінійного, функціонального та лінійно-штабного підпорядкування.

Принцип лінійного підпорядкування означає, що вищі керівники наділяються правом давати розпорядження підлеглим співробітникам з усіх питань, що впливають з їхньої діяльності. Проте в разі додержання лише функції лінійного підпорядкування центральний апарат, і особливо керівництво, перевантажується розглядом порівняно дрібних питань. Внаслідок цього управління втрачає оперативність, найкваліфікованіші працівники відволікаються від опрацювання перспективних, глобальних проблем розвитку компанії.

Принцип функціонального підпорядкування полягає в тому, що право давати розпорядження надається щодо виконання конкретних функцій, незалежно від того, хто їх виконує. Носій функцій може отримувати вказівки від кількох керівників відділів чи інших функціональних підрозділів і має, у свою чергу, звітувати перед ними про виконання тих чи інших видів робіт. Це не поширюється на дисциплінарну відповідальність. Накласти стягнення або матеріально заохотити працівника може керівник компанії або та особа, якій делеговані ці права.

Принцип лінійно-штабного підпорядкування - це, здебільшого, «мозкові» центри (штаби), які виконують консультативні функції в процесі стратегічного планування, підготовки рішень з інших найважливіших питань роботи компанії. До них, крім штатних працівників, нерідко залучають консультантів і експертів з вузів, наукових лабораторій та інших установ. Такі фахівці опрацьовують ті чи інші питання та подають керівництву свої висновки і пропозиції. Консультанти не наділяються правом давати розпорядження працівникам компанії. Що ж до принципу лінійно-штабного підпорядкування, то він у багатьох компаніях довго недооцінювався.

Страхові компанії, формуючи свої організаційні структури, застосовують усі три принципи. Структура органів управління страховою компанією залежить від того, в якій організаційній формі її створено. Органи управління страховою компанією визначаються залежно від того, на яких засадах створено організацію. На українському страховому ринку переважна більшість страхових компаній має статус акціонерного товариства (рис.1).



Рис.1. Структура органів управління страховою компанією

Згідно із Законом України «Про господарські товариства», найвищим органом управління акціонерним товариством є загальні збори акціонерів. Їх скликають засновники компанії після фундаментальної підготовчої роботи.

Наглядова рада обирається з числа акціонерів у кількості від трьох до дев'яти осіб. Цей орган контролює стан справ у компанії в період між загальними зборами акціонерів. За наявності певних повноважень, наданих загальними зборами акціонерів, наглядова рада може приймати рішення про призначення і відкликання голови та членів правління, затверджувати річний звіт, вирішувати ряд інших важливих питань, що не є виключною прерогативою загальних зборів.

У деяких компаніях за прикладом західноєвропейських страховиків створюється Рада директорів. До її складу входять керівники, обрані загальними зборами акціонерів, що мають повноваження, визначені статутом також директори з числа керівників компанії, окремих інфраструктур останньої і зовнішні директори – здебільшого радники або провідні акціонери (директори без портфеля). Вони часто мають незалежний і добре аргументований погляд з питань, що розглядаються Радою директорів. Завдяки цьому рішення зазначеного органу стають більш обґрунтованими та позитивно впливають на роботу компанії.

Правління страхової компанії є виконавчим органом, який керує роботою компанії згідно з повноваженнями, визначеними статутом компанії і положенням про правління. Робота правління має будуватися з додержанням принципу колегіальності. Спектр питань, які вирішуються правлінням, дуже широкий - це планування діяльності, розставляння відповідальних кадрів, у тому числі затвердження генерального директора або головного менеджера компанії (у переважній більшості товариств ця посада окремо не вводиться, а її функції виконує голова правління), а також кошторису, інвестиційної політики компанії. Голова правління може виконувати водночас функції і голови Ради директорів. Дозволяється також поєднувати в одній особі посади голови правління і головного менеджера. Якщо такого поєднання немає, то функції голови правління здебільшого обмежуються організацією міжнародних контактів і координацією взаємодії компанії з органами влади тощо.

Президент – це посада, яка за ієрархією йде після голови правління. Важлива особливість: якщо президент є одночасно і головним менеджером, то за рангом він може бути вищим за голову правління. Залежно від того, на кого покладені функції управління оперативною діяльністю компанії - голову правління чи президента, - призначаються їхні заступники або віце-президенти. Їхня кількість і розподіл обов'язків визначаються потребами кожної компанії.

Спостережна рада здійснює нагляд за діяльністю правління страхової компанії, порядок якого визначається Статутом. Спостережна рада як орган управління товариством не є обов'язковою. Чинна редакція Закону України «Про господарські товариства» передбачає обов'язкове створення Спостережної ради лише у випадках, коли кількість акціонерів становить понад 50 осіб.

Група радників-консультантів призначена для вирішення найбільш важливих питань у діяльності страхової компанії, діє як:

- а) дорадчий орган при керівництві компанії;
- б) формування з працюючих і залучених спеціалістів.

Виконавчі директори - керівники основних підрозділів компанії, які очолюють відповідні департаменти (управління, дирекції) та входять до складу правління.

У західних країнах оперативне керівництво компанією, як правило, здійснює головний менеджер. На нього покладаються дуже важливі функції, насамперед такі: організація виконання рішень загальних зборів акціонерів, наглядової ради, ради директорів та правління компанії, внесення пропозицій щодо планів діяльності компанії, затвердження функціональних обов'язків посадових осіб. Можна прогнозувати, що зі збільшенням обсягів роботи й українські страховики частіше вводитимуть цю посаду до штатного розкладу.

При керівних органах компанії є секретаріат, на який покладаються важливі функції з контролю за виконанням їхніх рішень. Секретар ради веде облік акціонерів, а також книгу протоколів засідань цього органу. У багатьох компаніях, які переймають повчальний зарубіжний досвід менеджменту, чергове засідання наглядової ради, Ради директорів або правління розпочинається з інформації про остаточну редакцію попередніх рішень і стан їхнього виконання. При секретаріаті є група працівників, які встановлюють зв'язки з громадськістю, інформуючи її про діяльність компанії.

Ревізійна комісія – контрольний орган страховика, який відстежує виконання статуту, рішень загальних зборів акціонерів, додержання чинного законодавства. Останніми роками ревізійні комісії контактують з аудиторамі, що дає змогу підвищувати професійний рівень перевірок і висновків.

Ефективність діяльності компанії залежить насамперед від можливостей добору талановитих, чесних керівників, які знаються на страховій справі. Але такі особи повинні мати належно забезпечені мотиви до продуктивної праці. І в розвинутих країнах відповідні мотиви створюються. Таких працівників усіяло заохочують: крім достатньо високої заробітної плати, вони мають ще й інші блага.

Спільним у практиці багатьох країн є виділення для штатного керівного складу певної кількості (приблизно до 5 %) акцій своєї компанії. Вони можуть бути передані безплатно, зі знижкою до номінальної ціни або в борг. Це стимулює керівний персонал до ефективної роботи компанії. Такий спосіб заохочення працівників із додержанням чинного законодавства прийнятний і для України.

**С.Ю. Бірюченко, ст. викладач кафедри економіки та підприємництва  
Т.А. Сидоренко, студ., III курс, гр. ЗЕП-15-1с, ФЕМ  
Житомирський державний технологічний університет**

### ДЕФІНІЦІ ПОНЯТТЯ «КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ» ТА ЇЇ ЗНАЧЕННЯ ДЛЯ ПІДПРИЄМСТВА

Основними поняттями, що виражають сутність ринкових відносин, є поняття конкуренції та конкурентоспроможності суб'єктів господарювання. Висока конкурентоспроможність підприємства є запорукою його прибутковості, стабільності та можливості для подальшого розвитку. Ось чому дане питання, щодо забезпечення конкурентоспроможності шляхом з'ясування її суті є актуальним в умовах сьогодення.

Дослідженню теоретичних основ конкурентоспроможності підприємств у ринкових умовах господарювання присвячені праці М. Портера, І. Ансоффа, С.І. Ожогова, М.І. Книша, В.П. Грошева, А.І. Кредісова, Ф. Котлера, Р.А. Фатхутдінова, І.В. Корнеєва та ін.

Перед тим як визначити суть «конкурентоспроможності підприємства» варто визначити загальне поняття «конкуренція», оскільки вони взаємопов'язані – про рівень конкурентоспроможності доцільно говорити тільки при наявності здорової конкуренції на ринку.

Загалом «конкуренція» – це суперництво між товаровиробниками за найбільш сприятливі, економічно вигідні умови виробництва та реалізації продукції. Саме вона є основною рушійною силою для підприємств не зупинятися на досягнутому, а постійно самовдосконалюватися, покращувати якість продукту, що реалізують, оптимізувати свої витрати на виробництво, підвищувати свою конкурентоспроможність.

Поняття «конкурентоспроможність» досліджувалось ще з 18 століття, та й до сьогодні є популярним серед вчених-економістів світу (табл. 1).

*Таблиця 1*

*Погляди вчених-економістів на категорію «конкурентоспроможність»*

Автор	Визначення конкурентоспроможності
Ожогов С. І.	Конкурентоспроможність – здатність витримувати конкуренцію, протистояти конкурентам
Книш М. І.	Конкурентоспроможність – ступінь привабливості даного продукту для здійснюючого реальну покупку споживача
П.В. Забелін, Н.К. Моїсєєва	Конкурентоспроможність – здатність приносити прибуток у короткостроковому періоді не нижче заданого, або перевищення над середнім прибутком
Грошев В.П.	Конкурентоспроможність – комплекс споживчих властивостей товару, що визначає його відмінність від інших аналогічних товарів за ступенем і рівнем задоволення потреб покупців і витратам на його купівлю й експлуатацію
Кредісов А.І.	Конкурентоспроможність – характеристика товару, що відображає його відмінність від аналогічного конкурентного товару як за ступенем відповідності конкретної потреби, так і по витратах на її задоволення
Стівенсон В.	Конкурентоспроможність характеризує те, “наскільки ефективно компанія задовольняє потреби клієнта порівняно з іншими компаніями, що пропонують подібний товар або послугу”
Єрмолов М.О.	Конкурентоспроможність – це відносна характеристика, яка відображає відмінності у процесі розвитку певного виробника від виробника конкурента як за ступенем задоволення власними товарами, так і за ефективністю виробничої діяльності
Печінкин А., Фомін В.	Конкурентоспроможність – складне багатоаспектне поняття, яке визначає здатність товару зайняти та втримати позицію на конкурентному ринку в певний період за конкуренції з іншими аналогічними товарами.
Хруцький В.Є., Корнеєва І.В.	Конкурентоспроможність – це стабільна можливість задовольняти певні потреби покупців краще, ніж конкуренти, та завдяки цьому вдало продавати продукцію з прийнятними фінансовими результатами для виробника
Фатхутдінов Р.А.	Конкурентоспроможність – це властивість об'єкта, що характеризується ступенем реального чи потенційного задоволення ним конкретної потреби порівняно з аналогічними об'єктами, представленими на даному ринку
Піддубний І.О., Піддубна А.І.	Конкурентоспроможність – це потенціальна або реалізована здатність економічного суб'єкта до функціонування у релевантному зовнішньому середовищі, яка ґрунтується на конкурентних перевагах і відображає його позицію стосовно конкурентів

Провівши аналіз даних визначень, запропонованих різними вченими-економістами, можна зробити висновок, що всі вони враховують такі її якості, як моментність, залежність від різноманітних факторів прибутковості та сталість розвитку.

Прослідковується розбіжності в трактуванні даного поняття авторами:

- визначення понять «конкурентоспроможність підприємства» та «конкурентоспроможність продукції» як єдиного цілого;
- масштабами визначення конкурентоспроможності (підприємство, галузь, країна);
- ототожнення з прибутковістю.

Таким чином, можна визначити конкурентоспроможність – як здатність суб'єкта господарювання, при ефективному розпорядженні власними ресурсами, здійснювати свою господарську діяльність (виробництво, збут...) краще ніж аналогічні підприємства на ринку.

При визначенні конкурентоспроможності підприємства передбачається його довгострокове виживання при використанні свого потенціалу в мінливому зовнішньому середовищі.

Конкурентоспроможність підприємства ґрунтується на конкурентних перевагах; визначає здатність втримувати конкуренцію на певному ринку; відображає позицію даного підприємства відносно конкурентів.

Також конкурентоспроможність підприємства визначається його можливість до проектування, виготовлення та збуту товарів, збереження прибутковості та економічної стійкості, утримання або завоювання вищих рейтингових позицій.

Крім перерахованого, поняття конкурентоспроможності визначається та аналізується залежно від економічного об'єкта, що розглядається, від можливостей ринку підтримувати здорову конкуренцію. Аналіз конкурентоспроможності може бути проведений для кожного з рівнів, в залежності від цілей дослідження.

Вивчення конкурентоспроможності суб'єкта господарювання має проводитись безперервно і систематично протягом всієї господарської діяльності. Це надає можливість своєчасно реагувати на зміни та приймати адекватні рішення. Перевага над конкурентом може бути втрачена з часом як за рахунок впливу факторів зовнішнього середовища, так і за рахунок дії внутрішніх факторів підприємства. Тому, застосовують поняття "життєвого циклу конкурентних переваг".

Формування конкурентних переваг підприємства починається на етапі зародження. На цьому етапі формується стратегічний потенціал, складові котрого безпосередньо пов'язані з усіма видами ресурсів підприємства. Далій слідує етапи прискорення росту, зрілість і занепад (втрата).

Для забезпечення конкурентоспроможності підприємств варто звернути увагу на виконання наступних умов:

- активне використання (запровадження) інноваційних бізнес-моделей;
- забезпечення, досягнення (або збереження) лідерства в своїй галузі;
- застосування інноваційних методів маркетингу з метою ефективного впливу на цільові сегменти ринку (споживачів) для забезпечення прибутку;
- мінімізація витрат;
- диференціація продукту, споживачів та ринків.

До основних шляхів підвищення конкурентоспроможності слід віднести:

- модернізація обладнання;
- оптимізація витрат;
- всебічне вивчення потреб споживачів і аналіз конкурентів;
- підвищення якісних характеристик продукції та пошук товарів-замінників;
- створення нової продукції;
- гарна рекламна політика;
- забезпечення переваг продукту порівняно з його замінниками;
- аналіз переваг і недоліків товарів-аналогів, що виробляються конкурентами, і використання одержаних результатів у діяльності свого підприємства;
- діагностика цінних факторів підвищення конкурентоспроможності продукції;
- покращення обслуговування у процесі купівлі продукту та після продажного сервісу.

Отже, можна зробити висновки, що поняття «конкурентоспроможності підприємства» є дуже складним і не має єдиного визначення. Його не можна розглядати з якоїсь однієї сторони, треба враховувати всі аспекти цього поняття. Нами було запропоновано використовувати наступне визначення поняття «конкурентоспроможність»: конкурентоспроможність – це здатність суб'єкта господарювання, при ефективному розпорядженні власними ресурсами, здійснювати свою господарську діяльність (виробництво, збут...) краще ніж аналогічні підприємства на ринку. Забезпечення конкурентоспроможності підприємства є умовою забезпечення конкурентоспроможності регіону, галузі та країни в цілому. Тому, необхідно приймати ряд заходів для забезпечення конкурентоспроможності та переглядати їх при зміні умов існування підприємства.

**С.В. Блощинська, магістрант, гр. ПВМ-2, ФЕМ**  
**Науковий керівник – д.е.н., доц. Н. В. Валінкевич**  
*Житомирський державний технологічний університет*

## **ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОБҐРУНТУВАННЯ ПОНЯТТЯ ПЛАТОСПРОМОЖНОСТІ ТА ЇЇ ОЦІНКА**

Значення платоспроможності підприємства неможливо переоцінити. Адже діяльність підприємств загострюється досить високим рівнем кредиторської заборгованості, питаннями неплатежів, несприятливим податковим законодавством, нестачею грошових коштів та низькою дебіторською заборгованістю.

Платоспроможність підприємства – це можливість погасити платіжні зобов'язання за рахунок наявних грошових коштів та їх еквівалентів. Розрізняють поточну та перспективну платоспроможність.

Поточна платоспроможність – визначає можливість підприємства щодо погашення зобов'язань на певний момент часу. Тобто характеризує наявністю грошових коштів та відсутністю простроченої кредиторської заборгованості.

Перспективна платоспроможність – характеризується узгодженістю платіжних засобів та зобов'язань протягом певного періоду, тобто залежить від складу, структури та термінів оборотності активів і пасивів підприємства.

До основних факторів впливу на платоспроможність підприємства відносять: зовнішні та внутрішні.

Зовнішні – це ті, які не можуть безпосередньо впливати на підприємство, зокрема це стан економіки, кредитно - грошова та податкова політика, фінансові проблеми партнерів, політичні, соціальні, демографічні та інші чинники.

Внутрішні у свою чергу – це ті, які залежать від діяльності самого підприємства, це насамперед структура та склад необоротних і оборотних активів, методи організації роботи, грошові кошти, рівень технічного оснащення та технології, фінансування, виробництво, маркетинг, цінова політика, збут, дебіторська та кредиторська заборгованість.

Існує багато причин неплатоспроможності підприємства, серед яких: помилки при розрахунку реалізації, собівартості продукції та запланованих обсягів виробництва, помітне збільшення собівартості продукції, на яке вчасно не зреагували, недовиконання планів з виробництва продукції та її реалізації, помилки в її структурі і асортименту, зниження рівня якості продукції, неплатоспроможність самих покупців та замовників через різні причини, інфляція та зміни у податковій політиці; втрати каналу реалізації продукції, постійних покупців та ін.

Оцінювання рівня платоспроможності підприємства здійснюється за 2 напрямками:

- 1) внутрішній – на основі збалансованості грошових коштів;
- 2) зовнішній – на основі показників ліквідності.

Дуже часто плутають ліквідність підприємства з платоспроможністю підприємства, тому розглянемо це поняття більш детально.

Розрізняють ліквідність активів, ліквідність балансу та ліквідність підприємства.

Ліквідність активів – характеризує період часу, який потрібний для оборнення активу у грошові кошти, тобто швидкість його перетворення..

Ліквідність балансу – це здатність підприємства змінювати активи у грошові кошти і погашати свої зобов'язання у вказані терміни..

Ліквідність підприємства – визначається як здатність негайного погашення усіх зобов'язань за рахунок оборотності активів.

Показники ліквідності дають можливість оцінити рівень платоспроможності підприємства на певний момент часу, а також у випадку виникнення надзвичайних ситуацій.

Отже, платоспроможність підприємства є важливим показником у діяльності кожного підприємства. За його допомогою можна оцінити наскільки підприємство прибуткове і фінансово стабільне. Платоспроможність підприємства тісно пов'язана з ліквідністю підприємства. Ліквідність означає безперечну платоспроможність підприємства і передбачає постійний зв'язок між його активами та зобов'язаннями одночасно за загальною сумою, термінами перетворення активів у гроші та термінами погашення зобов'язань.

Коли підприємство платоспроможне і ліквідне, у нього є перевага перед іншими підприємствами тієї ж галузі в отриманні кредитів, залученні інвестицій, пошуку кваліфікованих кадрів, виборі постачальників. Воно не вступає в конфлікт з суспільством та державою, тому що платить вчасно податки та внески до соціальних фондів, заробітну плату працівникам, дивіденди акціонерам, своєчасно розплачується з банками за кредити і відсотки по ним. Чим вище показники стійкості підприємства, тим воно є більш незалежно від різних змін ринкової кон'юнктури, а значить є менший ризик банкрутства.

**Б.Ю. Бруховець, магістрант, ФЕМ**  
**Науковий керівник – к.е.н., доц. М. Ф. Плотнікова**  
*Житомирський національний агроекологічний університет*

## **ІНОЗЕМНІ ІНВЕСТИЦІЇ ЯК КАТАЛІЗАТОРИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ СУСПІЛЬНОГО СЕКТОРУ**

Розв'язання проблем трансформації національної економіки України на ринкових засадах, перехід до нових прогресивних технологічних процесів вимагає залучення значних обсягів інвестицій. За оцінками спеціалістів, для створення повноцінної експортоорієнтованої економіки України необхідно 40-50 млрд. дол. США. Внутрішні можливості інвестування на разі обмежені та залежать від загальноекономічної ситуації в Україні, яка нині негативно позначається на всіх інвестиційних процесах. У теперішніх умовах господарювання практично припинився процес оновлення основних фондів.

Удосконалення управління фінансовими результатами підприємства можлива через зменшення товарно-матеріальних запасів і обсягів дебіторської заборгованості за рахунок підвищення ділової активності; підвищення рентабельності продукції на базі зменшення операційних витрат усіх видів ресурсів, які впливають на собівартість; збільшення величини чистого прибутку завдяки зменшенню фіксованих витрат і підвищенню ефективності фінансової та інвестиційної діяльності; реінвестування максимально можливої частки прибутку на збільшення виробничого потенціалу ПАТ «Україна». Аналізуючи ділову активність, найбільший темп приросту спостерігається в обсягу випуску продукції – на 1% у 2016 р. порівняно з 2014 р. Збільшення обсягів реалізації продукції можна пояснити збільшенням попиту на продукцію, або ж, підвищення потужностей використання основних засобів підприємства, підвищення їх фондоддачі. Збільшення обсягу реалізації продукції позитивно впливає на рентабельність операційної діяльності підприємства, що визначає ефективність господарської діяльності товариства. Товариство має значний потенціал щодо посилення своїх позицій на ринку, що підтверджується зростанням виручки від реалізації. Оцінюючи рівень ефективності в аналізованому періоді (2014–2016 рр.) ПАТ «Україна» мало прибутки: у 2015 р. в порівнянні з 2014 р. прибуток зріс, адже в 2014 р. спостерігався збиток. В 2016 р. спостерігається незначне зменшення обсягу чистого прибутку на 7,9 %. У звітному 2016 р. на обсяг чистого прибутку підприємства (на його зменшення на 7,9 %) вплинуло: зменшення виручки від реалізації товарів (робіт, послуг) на 14,7 %; зменшення собівартості продукції на 18,68%; збільшення фінансових витрат на 10,2 %.

Оцінка інвестиційної привабливості ПАТ «Україна» порівняно з основними конкурентами свідчить, що ефективності використання капіталу пов'язана із встановленням оптимального його обсягу, оптимізацією структури, дослідженням найбільш привабливих джерел та форм залучення, забезпеченням ефективного використання капіталу в усіх видах діяльності підприємства, організацією його обороту. У досягненні своїх цілей ПАТ «Україна» має намір використовувати як систему базових, так і набір похідних стратегій, змістове наповнення, особливості яких виникають і формуються у процесі реалізації базових стратегій. Систему похідних стратегій диверсифікації ПАТ «Україна» утворюють стратегія входження на нові ринки, освоєння нової продукції, пропозиція сувенірної та корпоративної продукції, стратегія диверсифікації у споріднені галузі, стратегія диверсифікації у неспоріднені галузі, стратегія відновлення та економії, як наслідок матиме місце стратегія реструктуризації та стратегія ліквідації нерентабельних структурних підрозділів підприємства. Кожна з них конкретизує систему далекосяжних дій підприємства, різною мірою пов'язаних з базовими стратегіями.

Державні підходи до відродження сільських територій в Україні передбачають формування засад планомірного розвитку мережі населених пунктів на сільських територіях. Наразі заходи, які здійснювались державою щодо сільських територій, не дали бажаних наслідків і тенденція їх деградації зберігається. Реалізація програми «Родова садиба» («РС») створює механізм для добровільного заселення сільських територій, освоєння людьми земель проблемних для країни. Організація Родових поселень як динамічних соціально-економічних та екологічних систем є основою забезпечення стійкого сільського розвитку, зокрема в контексті відродження зникаючих та таких, що вже зникли сіл України.

За рахунок залучення іноземних інвестицій ПАТ «Україна» найближчим часом має намір підсилити присутність в шести містах України: Києві, Житомирі, Рівному, Черкасах, Дніпропетровську і Львові. У 2018 р., за словами генерального директора товариства планує збільшити обсяги продажу продукції на 45–50 тис. од. Зараз кількість клієнтів оператора складає близько 510 тис. ум. пар. Потенційний ринок збуту власної продукції оцінюється менеджментом компанії як 900 тис. ум. пар, або 150 тис. домогосподарств. До того ж протягом наступного року ПАТ «Україна» хоче вивести на ринок продукцію підвищеного комфорту та міцності, що будуть вироблені на оновленому обладнанні японського виробництва. Вищий рівень продуктивності обладнання дозволить знизити собівартість продукції на 30 %.



## СУТНІСТЬ ТА ВИДИ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПОСЛУГ

Зростання кількості торговельних підприємств призводить до загострення конкурентної боротьби на ринку торговельних послуг. Це вимагає від підприємств торгівлі постійного пошуку шляхів підвищення конкурентоспроможності, основним напрямком якого є розширення спектру торговельних послуг та підвищення їх якості. Відсутність в Україні стандартів, які б чітко визначали сутність, види та вимоги до якості торговельних послуг, негативно впливає на рівень якості торговельного обслуговування населення. Відкритим залишається питання щодо сутності та видів торговельних послуг.

Згідно з Національним стандартом України «Роздрібна та оптова торгівля» термін торговельні послуги визначається як додаткова діяльність суб'єкта господарювання в сфері роздрібною та оптовою торгівлі з надання допомоги покупцям у здійсненні договору купівлі-продажу товарів, їх доставляння і використання. На нашу думку, таке трактування є доволі вузьким. Торговельна послуга являє собою особу форму продукту, якій створюється в процесі організації та виконання торговельних функцій різними видами торговельних підприємств. Підприємству торгівлі необхідно не тільки задовольнити потреби покупця, але й зробити цей процес максимально легким та приємним для клієнтів.

Торговельна послуга має складну структуру, зазвичай виділяють її чотири рівня: основна, реальна, додаткова і торговельна послуга у широкому розумінні.

Сутність основної торговельної послуги полягає у виконанні підприємством комерційної діяльності, яка складається з наступних етапів: закупівля, доставка, приймання, зберігання, передпродажна підготовка, викладка, пропонування товару покупцю, розрахунок за покупку та відпуск товару, а також у формуванні товарного асортименту, максимально наближеного до запитів покупців.

Товарний асортимент торговельного підприємства – це сукупність товарних груп та окремих товарів, що формується торговельним підприємством з врахуванням його спеціалізації та матеріально-технічних можливостей. Товарний асортимент торговельного підприємства являє собою необхідну основу діяльності будь-якого підприємства торгівлі, тоді як результатом його діяльності є торговельна послуга, надання якої напряму залежить від того, як був сформований товарний асортимент торговельного підприємства. Основу утворення товарного асортименту торговельного підприємства складають товарні групи, які включають в себе товари, які виготовляються різними виробниками. При цьому можливо включення в товарний асортимент торговельного підприємства продукції власного виробництва. Виключенням є фірмові торговельні підприємства великих виробників, товарно-збутова стратегія яких базується на реалізації товарів тільки цієї конкретної фірми. Основними характеристиками товарного асортименту торговельного підприємства є: широта, глибина, повнота, новизна, структура та гармонійність.

Реальна торговельна послуга відображає мінімальний набір очікувань потенційних клієнтів торговельного підприємства. В якості реальної торговельної послуги виступає форма обслуговування та процес продажу товарів. Під формою торговельного обслуговування ми розуміємо сукупність прийомів і способів, за допомогою яких здійснюється продаж товарів. В торговельній практиці вітчизняних та закордонних підприємств можна виділити такі основні форми обслуговування: самообслуговування, продаж за зразками, продаж за каталогами, продаж з індивідуальним обслуговуванням. Сама по собі форма торговельного обслуговування не впливає на конкурентоспроможність торговельного підприємства, основними показниками, які можуть забезпечити прихильність клієнтів є зручність ознайомлення з товарами та час, який витрачається на основні операції процесу продажу.

Додаткова торговельна послуга – пропонування підприємством клієнту більше, ніж він очікує, або більше, ніж він звик отримувати. Ці послуги можна поділити на: послуги, що передують продажу товарів; послуги, що надаються протягом продажу; післяпродажні послуги; послуги, що створені для зручності покупців; послуги допоміжного характеру. На цьому коло додаткових послуг не вичерпується. Для забезпечення довгострокової конкурентоспроможності торговельні підприємства повинні постійно шукати та пропонувати своїм клієнтам додаткові послуги, які відповідають його товарному асортименту та іміджу та дадуть змогу виділитися серед конкурентів. Важливою характеристикою додаткових послуг є багатоваріантність набору та ступінь їх унікальності.

Торговельна послуга у широкому розумінні показує всі зиски, які отримує клієнт, купуючи товари на даному підприємстві. Крім товарного асортименту, основних та додаткових послуг, тут враховуються умови придбання товару. Основними показниками, що характеризують ці умови є: доступність товарної послуги, зручність розміщення товару в торговельному залі, атмосферу магазину та культуру обслуговування.

**В.В. Бужимський, студ., II курс, гр. ПВ-2к, ФЕМ**  
**Науковий керівник – к.е.н., доц. О.Г. Денисюк**  
*Житомирський державний технологічний університет*

### СИСТЕМА ПОКАЗНИКІВ ОЦІНКИ ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО ПОТЕНЦІАЛУ

Підприємницьке управління в сьогоденні умовах господарювання стає засобом підтримки конкурентоспроможності підприємств як елемент постійного пошуку та отримання серії конкурентних переваг, що змінюють одна одну. В цих умовах вагомим значення набуває вивчення процесу формування та оцінки підприємницького потенціалу підприємства.

Виходячи з мети нашого дослідження, а саме: розробити систему показників для оцінки підприємницького потенціалу, з метою обмеження глибини дослідження виділимо основні складові сукупного потенціалу досліджуваної галузі та підприємства, що, на нашу думку, є основними при формуванні підприємницького потенціалу. Це будуть наступні складові: виробничий потенціал, фінансовий потенціал, майновий потенціал, інноваційний потенціал, трудовий потенціал.

Одним з найчастіше використовуваних методів узагальнюючої оцінки стану та розвитку економічних явищ та процесів є інтегральні індекси. Інтегральні індекси ( $I_i$ ) розраховуються як середня геометрична з індексів зміни окремих показників стану і розвитку:

$$I_i = \sqrt[n]{I_1 \times I_2 \times \dots \times I_n}, \quad (1)$$

де  $I_1, I_2, \dots, I_n$  розраховуються як відношення відповідних показників стану та розвитку економічного явища або процесу у звітному періоді до базового.

Такий підхід дає можливість: інтегрувати в один показник сукупність показників без використання їх значущості (ваги), з якою вони мають включатися в інтегральний індекс; привести до єдиного знаменника показники, що вимірюються в різних одиницях; забезпечити врахування динаміки окремих показників.

Формування потенціалу підприємства – це процес безперервного відновлення всіх його складових. Виділяються такі типи формування потенціалу:

1) просте формування потенціалу підприємства здійснюється в незмінних обсягах для відновлення спожитих факторів виробництва і забезпечення безперервності його функціонування;

2) розширене формування потенціалу підприємства передбачає кількісний та якісний розвиток виробничих факторів, а також інших складових потенціалу, котрі забезпечують вищу результативність його діяльності.

У межах розширеного формування можна виокремити три типи розвитку потенціалу підприємства:

1) екстенсивний (традиційний), при якому збільшення масштабів виробництва досягається за рахунок додаткового залучення трудових, природних ресурсів і засобів виробництва і збереження сформованої техніко-технологічної основи;

2) інтенсивний (інноваційний), коли розвиток потенціалу досягається через якісне вдосконалення факторів виробництва: застосування прогресивних знарядь і предметів праці та видів енергетичних ресурсів, підвищення кваліфікації технологічного й управлінського персоналу, а також постійне поліпшення використання всіх наявних складових потенціалу підприємства;

3) екстенсивно-інтенсивний (змішаний). Щодо змішаного типу розширеного формування потенціалу, то він характеризується збалансованістю або домінуванням одного з двох інших факторів розвитку. Тому розрізняють переважно екстенсивний, переважно інтенсивний чи змішаний характер економічного розвитку.

Виходячи з вище викладеного, при оцінці підприємницького потенціалу підприємства та галузі слід використовувати як абсолютні показники, так і відносні.

Для інтеграційної оцінки підприємницького потенціалу окремої (будь-якої) галузі промисловості України відповідно до обраних складових, пропонуємо наступну систему показників (табл. 1).

Зробимо обґрунтування запропонованої системи показників.

Для оцінки виробничого потенціалу нами було обрано наступні показники:

1. Кількість підприємств галузі. Динаміка даного показника свідчить про нарощування або скорочення виробничих потужностей галузі в цілому.

2. Частка підприємств галузі в загальній кількості підприємств. Динаміка показника дає можливість оцінити темпи нарощування або скорочення виробничих потужностей галузі порівняно з промисловістю.

3. Обсяг реалізованої продукції підприємствами галузі. Динаміка показника характеризує результат використання виробничих потужностей галузі.

4. Середній обсяг реалізованої продукції підприємствами галузі в розрахунку на одне підприємство. Динаміка показника показує за рахунок чого зростають (знижуються) обсяги реалізованої продукції: за рахунок збільшення (зменшення) кількості підприємств або підвищення (зниження) результативності використання потужностей окремих підприємств галузі.

Система показників оцінки підприємницького потенціалу галузі

Складові підприємницького потенціалу галузі	Показники
1. Виробничий потенціал	Кількість підприємств галузі
	Частка підприємств галузі в загальній кількості підприємств
	Обсяг реалізованої продукції підприємствами галузі
	Середній обсяг реалізованої продукції підприємствами галузі в розрахунку на одне підприємство
2. Фінансовий потенціал	Коефіцієнт автономії
	Коефіцієнт ліквідності (платоспроможності)
	Співвідношення власних та позикових коштів
	Коефіцієнт абсолютної ліквідності
3. Майновий потенціал	Фондовіддача (віддача основних засобів та нематеріальних активів)
	Коефіцієнт оборотності оборотних коштів
	Продуктивність праці найнятих працівників
	Рентабельність діяльності
4. Інноваційний потенціал	Кількість підприємств галузі, що впроваджували інновації
	Частка підприємств галузі, що впроваджували інновації в загальній кількості підприємств галузі
	Загальний обсяг витрат на інноваційну діяльність
	Витрати на придбання машин, обладнання та програмного забезпечення
5. Трудовий потенціал	Кількість зайнятих працівників на підприємствах галузі
	Частка зайнятих працівників на підприємствах галузі у загальній кількості зайнятих працівників у промисловості
	Середня чисельність найманих працівників на одному підприємстві галузі
	Соціальна привабливість підприємств галузі (відношення середньої заробітної плати в галузі до середньої заробітної плати в промисловості)

Для оцінки фінансового потенціалу галузі нами обрано основні показники фінансового стану підприємства: коефіцієнт автономії, коефіцієнт ліквідності (платоспроможності), співвідношення власних та позикових коштів, коефіцієнт абсолютної ліквідності. Зазначені показники мають нормативні значення. Якщо фактичні показники є меншими за нормативні, то фінансовий стан підприємств галузі вважається нестійким, але позитивна динаміка цих коефіцієнтів свідчить про його покращення.

Для оцінки майнового потенціалу галузі запропоновано наступні показники, які характеризують ефективність використання складових підприємств майнового потенціалу:

1. Фондовіддача – основний показник, що характеризує ефективність використання основних засобів підприємства. Його динаміка є неоднозначною, але при зростанні обсягів реалізованої продукції в цілому вважається позитивною.

2. Коефіцієнт оборотності оборотних коштів показує скільки разів за період обертаються кошти авансовані в виробничі оборотні фонди та фонди обігу. Позитивною динамікою є його збільшення, яке свідчить про відносне або абсолютне вивільнення коштів з обороту.

3. Продуктивність праці. На перший погляд, цей показник більше характеризує трудовий потенціал підприємства, але його використання для оцінки майнового потенціалу також є доцільним, оскільки на його рівень мають значний вплив фактори ресурсного забезпечення.

4. Рентабельність діяльності. Цей показник є узагальнюючим показником як ефективності діяльності підприємств галузі в цілому, так і їх майнових ресурсів зокрема.

Оцінку інноваційного потенціалу галузі було проведено за наступними показниками:

1. Кількість підприємств галузі, що впроваджували інновації. Позитивна динаміка цього показника свідчить про інноваційний вектор розвитку галузі.

2. Частка підприємств галузі, що впроваджували інновації в загальній кількості підприємств галузі. Цей показник характеризує рівень поширеності інновацій в галузі та визначає технологічний уклад, до якого належить досліджувана галузь.

3. Загальний обсяг витрат на інноваційну діяльність.

4. Витрати на придбання машин, обладнання та програмного забезпечення.

Запропонована система показників не є досконалою, значна кількість показників має суперечливу динаміку, але в цілому формує загальну уяву про використання методики інтегральних індексів для оцінки підприємницького потенціалу.

**І.І. Булах, викладач вищої категорії**  
**О.В. Шиманська, викладач вищої категорії**

*Відокремлений структурний підрозділ  
Агротехнічний коледж Уманського національного університету садівництва*

## **ІНВЕСТИЦІЇ ЯК КЛЮЧОВИЙ ЕЛЕМЕНТ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ТОРГОВЕЛЬНИХ МЕРЕЖ УКРАЇНИ**

У сучасних умовах діяльності для всіх підприємств інвестиції стали найважливішим засобом забезпечення структурних зрушень, технічного прогресу, покращення значень якісних показників господарської діяльності на мікро- та макрорівнях. Одним з головних об'єктів інвестування є вкладення грошей в інновації, які є двигуном економічного розвитку, появи нових технологій і, як наслідок, підвищення якості товарів та забезпечення конкурентоспроможності усіх галузей національної економіки, у тому числі й сфери послуг. Впровадження інноваційних рішень у галузі мережевого бізнесу полягає в постійній необхідності торгових мереж удосконалювати свої конкурентні переваги, що в остаточному підсумку призводить до більш високоякісного задоволення потреб споживачів. Незважаючи на те, що торгівлю вважають галуззю, яка має невисокий інноваційний потенціал (якщо порівнювати з високотехнологічними підприємствами), на сучасному етапі її розвитку з цим твердженням можна посперечатися. У торговельну галузь України активно вступають передові технології торгівлі та маркетингу, різноманітні інформаційні, технічні та технологічні інноваційні проекти розвитку, які докорінним чином змінюють традиційне уявлення про торговельний бізнес. Торгові мережі вважаються найбільш передовим видом торгового бізнесу, тому всі нововведення і технології в роздрібній торгівлі розробляються і впроваджуються в основному саме на цих підприємствах. Інновація являє собою нововведення, нова або вдосконалена продукція або технологія, отримана в результаті інноваційного процесу, найважливішою її складовою на торговельних підприємствах є вдосконалення технології торгівлі, яка являє собою сукупність робіт, що забезпечують реалізацію торгового процесу найбільш раціональними способами відповідно до конкретних господарських умов. Основне завдання нововведень в торгівлі – забезпечити високу якість процесів купівлі-продажу і руху товару, торговельного обслуговування та торговельної діяльності в цілому. Зважаючи на довід відомих торговельних мереж Wal-Mart, Metro, Cash & Carry, Carrefour, Auchan, можна виокремити наступні інновації:

- RFID (Radio Frequency IDentification) – система, що дозволяє в роздрібних торгових мережах відстежувати поставки, робити автоматичне замовлення продукції і здійснити контроль над датою реалізації швидкопсувної продукції;

- NFC (Near Field Communication) – бездротовий зв'язок на коротких відстанях для здійснення безконтактних платежів. За принципом дії NFC походить на технології Bluetooth і RFID, однак у порівнянні з ними володіє цілим рядом важливих переваг: більш високою швидкістю і більшою безпекою, ніж Bluetooth, і більш широкими функціональними можливостями, ніж RFID;

- надолонні каси – доповнення до касового апарату, яке вимагає зв'язку з основним пристроєм для друку чека і прийому грошей за покупки. Покупець підтверджує покупку, замовлення збирає продавець-консультант, а касир пробиває чек;

- роботизований склад – призначений для адресного зберігання вантажів при коробковому розміщенні на спеціальних стелажах, уздовж яких рухаються в автоматичному режимі штабелери;

- концепція SoLoMo – використання мобільних та інтернет-технологій для просування торгових точок, це поєднання соціальної мережі, геолокації і мобільних платформ;

- «розумний» візок – візок, в який вмонтований планшетний комп'ютер, який не просто допомагає покупцеві орієнтуватися в магазині і вибирати товари, а й виконує функції POS-терміналу і значно скорочує ризик крадіжок в магазині;

- термінали самообслуговування;

- електронні цінники.

Безперечно, інвестування підприємствами торгівлі сучасних інноваційних технологій забезпечує їм досягнення істотних переваг у вирішенні традиційних завдань: розширення асортименту продукції, підвищення якості обслуговування покупців, підвищення продуктивності праці та ефективного використання торговельних площ, збільшення товарообороту і прибутку. Однак, при всій успішності цих інноваційних процесів одночасно наростають і загрози технологічної залежності вітчизняної торгівлі. Адже вище наведені технології приходять на наш ринок як готова продукція з високою доданою вартістю, створена за межами нашої Батьківщини. І якщо в цій сфері технологій не буде розвиватися національне виробництво Україна назавжди залишиться в технологічній пастці лідерів інноваційного розвитку.

## **ІННОВАЦІЙНІ ОРІЄНТИРИ ЯКІСНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ**

Сучасні умови господарювання трансформують економічні структури у нову якість, з'являються нові організаційні форми для розвитку підприємств інноваційної економіки. Завдяки такому сектору національного господарства забезпечується економічна конкурентна перевага країни через утворення сучасних ринків ідей, інтелектуальної власності, продуктів та розробок. Тому, як бачимо, досвід розвитку постіндустріальної економіки західних держав продемонстрував, що оптимальний спосіб порятунку від недоробків мобілізаційного типу розвитку є перехід до інноваційного типу розвитку національної економіки. Основні риси розвитку для економічної системи формує концепція економіки даного типу: а) плідне співіснування вертикально інтегрованих структур, стратегічних альянсів і зростання диверсифікації організаційних форм підприємницької діяльності; б) суттєве прискорення (життєвий цикл продукції зменшився, час для впровадження нових видів високотехнологічної продукції також в усіх галузях – низькотехнологічних, середнє – та високотехнологічних); в) кумулятивність і безперервність (перспектива розвитку підприємств та галузей є функцією вже досягнутого ними науково-технічного рівня).

Більшість змін (технологічні, продуктові) досить часто визначаються станом вже існуючих та застосовуваних технологій на підприємстві. Ми вважаємо, що інновація це результат взаємопов'язаного процесу; це не лише влучне впровадження новітніх технологій, а, обов'язково, ідей та методів за допомогою сучасних процесів або через поліпшення вже наявних. Якраз тому, ми рахуємо, інноваційний тип розвитку промислових підприємств нашої країни на даному етапі перебуває на початковій стадії та знаходиться у залежності від впливу зовнішніх факторів: певна відсутність інноваційної чутливості (призводить до зниження процесу дифузії, тобто її поширення, взаємодії, що неприпустимо), нестача коштів у підприємств для фінансування наукоємних проєктів, спеціалізації та, зрештою, політична нестабільність. Однак, завбачаємо, що поряд з удосконаленням техніко-технологічних інновацій необхідно створення відповідного організаційно-економічного механізму на підприємствах, що підтримує інноваційний тип сталого розвитку за умов визнання, що до завдань переходу до інноваційного типу сталого розвитку відноситься формування саме модерних механізмів взаємодії різноманітних структур, де значну функцію виконують процеси самоорганізації, які вимагають підтримки відповідної інноваційної політики. Підприємствам має бути притаманна інновативність завдяки проведенню організаційно-економічної модернізації, яка покладена в основу будь-яких змін, тобто здатність та готовність створювати, трансформувати, виробляти, змінювати, поновлювати, застосовувати інновації та корегувати економічні відносини, методи і форми управління тощо.

Теоретичні, методологічні та практичні питання управління потенціалом промисловості на основі впровадження економіки знань для підприємств набули особливої актуальності в роки саме панування ринкової економіки. Однак, хоча є різні точки зору щодо визначення цього поняття, проте немає економічної категорії, яка була б виділена в окремих науково - обґрунтований самостійний напрямок з врахуванням сучасної економічної думки. Разом із тим, ряд важливих аспектів змісту та особливостей застосування організаційно-економічної модернізації підприємств, яка суттєво впливає на економіку галузі, а також обґрунтування принципів побудови ефективної системи виробництва продуктів харчування, стратегії їх розвитку, інтеграції з сільським господарством розглянуті, на наш погляд, недостатньо. Виникла необхідність у додаткових дослідженнях у сфері формування сировинної бази, вдосконалення механізму маркетингу та управління, розвитку інвестиційних процесів, та, зокрема, управління потенціалом підприємства. Отже, зовнішнє середовище впливає на господарську діяльність підприємств харчової промисловості через чинники, які створюють можливість даним підприємствам для адаптації в умовах невизначеності, визначаючи опосередковано їх сильні сторони у конкурентній боротьбі. До таких прямих факторів, на наш погляд, можливо віднести міжнародні події, підвищення рівня інфляції (або стан економіки), зміну поведінки споживача, досягнення НТП, політичні, правові, соціально-культурні та економічні фактори, ресурсне забезпечення, споживання, конкуренція, вибір та поведінка постачальника, спад попиту на продукцію, інновації та інвестиції, методи організації. Кожен фактор, ми розуміємо, має рівень варіативності. Адже завдяки опосередкованій спрямованій дії таких стратегічних чинників, на нашу думку, суб'єкт господарювання реалізує місію та цілі діяльності, виявляє власні переваги на ринку.

Відкривають можливості для залучення інвестиційних ресурсів у підприємства промисловості процеси глобалізації та зростаюча відкритість економіки. Але зовнішньоекономічна лібералізація є чинником диференціації, її поглиблення в різних регіонах країни – грошові потоки мають тенденцію та перетікають до найбільш економічно розвинутих і потужних регіонів та областей. Тому питання

інвестиційних процесів потребує всебічного вивчення в контексті взаємодії з різними видами зовнішньоекономічної діяльності та розвитку регіонів країни. Успішність реалізації стратегії економічного розвитку підприємств значною мірою залежить та визначатиметься макроекономічними параметрами розвитку економіки країни, податковою та бюджетною політикою держави, а також грошово-кредитною, оскільки це сучасні важелі державного регулювання економіки, які здатні суттєво вплинути на стрімкий розвиток галузі. До мікроекономічних важелів можемо віднести такі, як формування систем та механізмів економічного стимулювання вітчизняного виробництва продуктів харчування та продовольчої сировини (ціноутворення, пільгове кредитування), запровадження методичних підходів до формування регіональних програм харчування населення, наукові дослідження з перспективних напрямів (з метою урахування існуючого дефіциту поживних речовин в раціоні людини), підвищення рівня кваліфікації працівників, рівнодоступність продовольчого ринку для всіх суб'єктів господарювання. Організаційно-економічна модернізація виявляється в здатності підприємства як системи, в будь-який момент часу адекватно відреагувати на всю сукупність змін як у внутрішньому, так і у зовнішньому середовищах функціонування й одночасно генерувати ці взаємодії, що вимагає наявності чіткого механізму ціноутворення, виняткових ресурсів, компетенцій і знань, що визначають можливість оптимального поєднання наявних у його розпорядженні ресурсів. Таким чином, ми вважаємо, що існують різні методи впровадження організаційно-економічної модернізації на підприємствах залежно від використаних механізмів. На наш погляд, економічна ефективність повинна включати такі групи резервів, як резерви зниження капіталоємності та підвищення якості продукції, значення та використання яких в умовах інтеграційних процесів значно збільшилось. Основні напрями підвищення ефективності розвитку підприємств промисловості є джерелом збільшення виробництва економічного ефекту в розрахунку на одиницю сукупних витрат живої та уречевленої праці. Коло факторів ефективності функціонування промисловості обумовлено найбільш суттєво впливаючими на її підвищення та зростання, визначенням тенденцій та закономірностей її змін. Головною метою здійснення економічної модернізації підприємств, на нашу думку, є створення нової, сучасної економіки та відповідних соціальних взаємозв'язків, виробництво конкурентоздатних товарів. Багатовекторність сценарію модернізації визначає і відносини до планів його реалізації.

Економічна політика, яка націлена на забезпечення добробуту громадян і досягнення високої соціально-економічної ефективності нової господарюючої системи в умовах глобалізаційних викликів, безперечно, повинна регулюватися державою. Тому діяльність підприємств промисловості України, яка зумовлена доцільним переходом до нової системи господарювання та управління, здатна забезпечити стрімке зростання продуктивності праці, інноваційний та інформаційний розвиток, науково-технічний прогрес в галузі за допомогою державного регулювання економіки. Разом з тим, на наш погляд, необхідно на рівні державних структур приділити більшу увагу питанням економічної модернізації підприємств як закономірному процесу генезису ринкової економіки. Проблема модернізації розглядається на державному рівні в широкому ракурсі політичних та соціальних змін, проте проблема перетворень підприємств харчової промисловості України не знаходиться в епіцентрі уваги економічної політики, що ускладнює реалізацію впровадження закономірних переваг ринкової економіки, посилює тенденції до відставання ефективного розвитку вітчизняної економіки у порівнянні з іншими країнами. Індикаторами розвитку інноваційного забезпечення підприємств є підвищення безпечності виробничого процесу, дематеріалізація, конкурентоспроможність та забезпечення умов для підвищення соціальних стандартів працівників підприємств. Джерелами фінансування таких підприємств є, здебільшого, власні кошти, лише незначна частина покривається за рахунок позичених та залучених ресурсів. Очевидно, що для подальшого поширення інноваційної діяльності необхідно впровадити наступні заходи шляхом дієвої державної підтримки: розробити проекти інноваційного розвитку підприємств промисловості (базуються на принципах сталого розвитку); посилити розробки та впровадження перспективних вітчизняних технологій виробництва та прискорити НДР; налагодити взаємодію з іноземними партнерами-підприємствами з метою використання їх сучасного та авангардного досвіду; створення відповідного інституційного базису для формування системи продукування інновацій; формування ґрунтової інфраструктури інноваційної діяльності підприємств; використання нових енергогенеруючих систем, енергозберігаючих технологій, відновлюваних джерел енергії, що зорієнтовані на специфіку харчової промисловості.

Отже, підсумовуючи вказане вище, можливо висловити наступні висновки. Інвестиції в діяльності підприємств промисловості відіграють важливе значення – вони є прихованими та наявними можливостями підприємств щодо простого та розширеного відтворення. Тому ми вважаємо, що стратегічною метою інвестиційного забезпечення сталого розвитку підприємств галузі є забезпечення ефективного виробництва через формування інвестиційних ресурсів для соціально-економічного розвитку шляхом консолідації всіх джерел фінансування. Індикатором розвитку інвестиційного забезпечення є, на наше переконання, підвищення конкурентоздатності за рахунок підвищення фінансової незалежності підприємств.

В.О. Вітюк, магістрант, гр. ПВМ-2, ФЕМ  
Науковий керівник – к.е.н. К.Є. Орлова  
Житомирський державний технологічний університет

### ДІАГРАМА ІСІКАВИ ЯК ІНСТРУМЕНТ ФАКТОРНОГО АНАЛІЗУ ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВОГО РЕЗУЛЬТАТУ ПІДПРИЄМСТВА

В умовах нестабільного зовнішнього середовища, загострення конкурентної боротьби особлива увага в управлінні фінансово-господарською діяльністю повинна приділятися фінансовому результату, як найбільш реальному джерелу формування фінансових ресурсів суб'єкта господарювання.

Метою будь-якого суб'єкта підприємницької діяльності є одержання позитивного ефекту від своєї діяльності, формою прояву якого, зазвичай, є прибуток, який, в свою чергу, менеджмент підприємства прагне максимізувати. Беззаперечним є той факт, що фінансовий результат є важливим критеріальним показником, що відображає ефективність організації як окремих операцій, так і діяльності господарюючого суб'єкта в цілому. З огляду на це, виникає необхідність дослідження питання управління формуванням фінансових результатів, адже саме величина фінансових результатів обумовлює можливості розвитку суб'єктів господарювання, створює запас фінансової стійкості та визначає поточний стан справ підприємства.

Управління формуванням фінансових результатів виступає важливим компонентом загального менеджменту підприємства, виходячи із значення фінансових результатів для забезпечення стійкого розвитку та конкурентоспроможного функціонування суб'єкта підприємництва.

Фінансові результати є комплексною системою взаємозалежних показників, які формуються поетапно шляхом порівняння доходів і витрат, та визначаються великою кількістю факторів, що мають вплив на усі аспекти діяльності підприємства. Важливим компонентом ефективного управління фінансовими результатами є ідентифікація системи факторів, що здійснюють вплив на відповідні процеси формування фінансових результатів, з розподілом їх за значимістю, пріоритетністю та можливістю впливу.

Розглянути кожен фактор впливу поелементно та представити результати візуально досить зручно за допомогою діаграми Ісікави. Діаграма Ісікави (cause-effect diagram, fishbone diagram) – це графічний інструмент, що дозволяє візуально декомпонувати окремі чинники впливу на результуючий показник.

Фактори впливу на процес формування фінансового результату у вигляді діаграми Ісікави відображено на рис. 1.

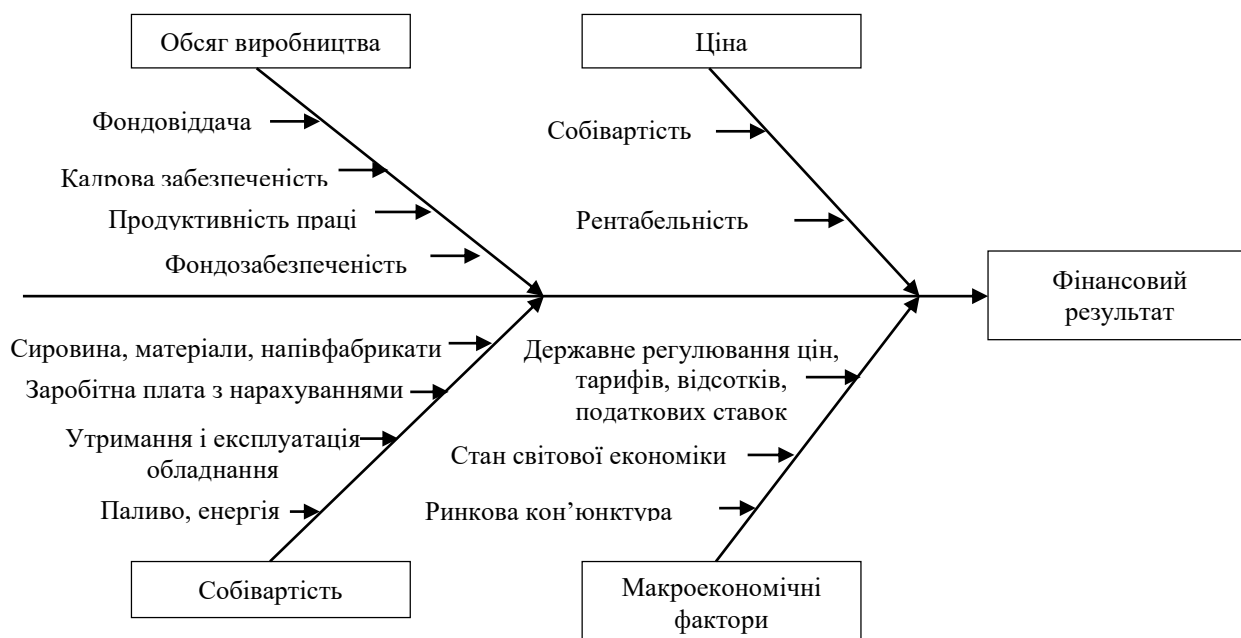


Рис. 1. Фактори впливу на фінансовий результат

Діаграма Ісікави надає можливість визначити, узагальнити та структурувати фактори впливу на формування фінансового результату підприємства. Водночас, варто відмітити, що при розробці рішень доцільно враховувати, що усі фактори взаємопов'язані між собою.

Н.О. Власенко, студ., II курс, гр. ПВ-1, ФЕМ  
Науковий керівник – к.е.н. К.С. Орлова  
Житомирський державний технологічний університет

## ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ РИНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ

В умовах ринкової економіки та високої монополізації ринків продуктів та послуг забезпечення конкурентоспроможності потенціалу підприємства є однією з головних задач його розвитку, передумовою його стійкості та ефективності.

Конкурентоспроможність потенціалу підприємства – комплексне, багатопрофільне поняття, що передбачає врахування взаємодії всіх його складових (виробництво, персонал, маркетинг, менеджмент, фінанси, управління та ін.). Конкурентоспроможність потенціалу підприємства являє собою порівняльну характеристику та відображає рівень переваги сукупності показників оцінки стану всіх його ресурсів та можливостей в порівнянні з аналогічними показниками підприємств-конкурентів на визначеному сегменті ринку за певний проміжок часу.

Конкурентоспроможність потенціалу підприємства має кілька особливостей, а саме:

1. Конкурентоспроможність не є внутрішньо властивою (тобто іманентною) якістю підприємства. Вона може бути визначена й оцінена лише порівняно з конкурентами (реальними або потенційними).
2. Це відносне поняття, тобто конкурентоспроможність є різною при порівнянні з різними підприємствами-конкурентами.
3. Конкурентоспроможність потенціалу підприємства можна визначити на основі продуктивності використання залучених до процесу виробництва ресурсів.
4. Рівень конкурентоспроможності потенціалу підприємства залежить, в першу чергу, від рівня конкурентоспроможності його складових (насамперед, продукції), а також від загальної конкурентоспроможності галузі, регіону та країни.

Важливим чинником формування конкурентоспроможності потенціалу підприємства є здатність до пристосування в умовах змін чинників зовнішнього середовища. Пристосування потенціалу має забезпечуватися на основі системи інтелектуальних, технічних, технологічних, організаційних і економічних характеристик, які визначають успішну діяльність господарюючого суб'єкта на ринку. Таким чином, якщо підприємство має широкий набір компетенцій з відповідним якісним рівнем, то передумови для перемоги в конкурентній боротьбі у нього кращі, а рівень конкурентоспроможності потенціалу є доволі високим.

Структура конкурентоспроможного потенціалу, в свою чергу, включає виробничо-фінансові, інтелектуальні та трудові можливості підприємства, що відповідає таким складовим потенціалу як виробничий, фінансовий, комунікаційний потенціал, інноваційний, маркетинговий, управлінський потенціал, трудовий, мотиваційний потенціал та ін. Усі складові конкурентоспроможного потенціалу підприємства взаємопов'язані між собою, а їх поєднання характеризує стан та можливості підприємства по створенню, зміцненню та розвитку власних конкурентних переваг. Тобто, поняття конкурентоспроможності враховує взаємодію усіх елементів потенціалу, оцінює його реальні позиції на ринку, можливість щодо просування продукції та ефективність збутової діяльності.

Формування конкурентоспроможного потенціалу підприємства необхідно розглядати як важливе стратегічне завдання системи управління та стратегічного управління діяльністю суб'єкта господарювання в цілому. Передумови та можливості формування конкурентоспроможного потенціалу підприємства визначаються, перш за все, характером завдань і стратегічних цілей його розвитку. А принципово важливу роль у цьому процесі відіграють стратегічні ресурси та потенційні можливості, як основні чинники формування потенціалу конкурентоспроможності. Формулювання цілей є головною складовою вибору стратегії підприємства та умовою здійснення управлінських дій, спрямованих на формування конкурентоспроможності потенціалу. Визначення цілей є базою для всіх наступних етапів формування потенціалу. При їх обґрунтуванні слід врахувати динамізм середовища функціонування підприємства, а отже, цілі повинні бути випереджувальними щодо наявних можливостей. Цілі, насамперед, визначають і вибір критеріїв для оцінки результатів діяльності та прийняття і реалізації відповідних рішень. Їх відповідність і об'єктивність впливає на зміст кожного етапу формування конкурентоспроможного потенціалу та на його рівень.

Враховуючи значну кількість факторів та чинників, що впливають на конкурентоспроможність потенціалу, та нестабільність зовнішнього середовища існує необхідність у розробці механізму формування конкурентоспроможного потенціалу для подальшого розвитку підприємства. Таким чином, формування конкурентоспроможного потенціалу виступає основою для забезпечення стійкості та ефективності функціонування підприємства.



О.В. Власюк, студ., III курс, гр. ЕП-44, ФЕМ  
 Науковий керівник – к.е.н., доц. С.І. Павлова  
 Житомирський державний технологічний університет

### ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ЕКОЛОГІЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Екологічна ситуація за останні роки погіршилася настільки, що відтепер саме від неї залежатиме як економічний стан суб'єктів господарювання та економіки в цілому. Покращенню екологічної ситуації сприятиме екологізація промислових підприємств – основних забруднювачів навколишнього природного середовища – шляхом включення екологічних цілей в загальну стратегію розвитку підприємства. При цьому дуже важливим залишається етап кількісного виміру показників еколого-економічної ефективності.

Економічний ефект природоохоронних заходів на підприємстві, що забезпечує зменшення обсягу забруднень і концентрації шкідливих речовин в атмосфері, водному середовищі та ґрунті, або скорочення споживання природних ресурсів, може бути визначено за формулою:

$$E_{\text{економ}} = E_{\text{прир}} + E_{\text{од}} - B \quad (1)$$

де  $E_{\text{економ}}$  – величина економічного ефекту природоохоронних заходів, тис.грн.;  $E_{\text{прир}}$  – ефект природоохоронний або відвернений збиток, тис.грн.;  $E_{\text{од}}$  – ефект від додатково одержуваної продукції в результаті природоохоронних заходів, тис. грн.;  $B$  – витрати на запобігання забрудненню середовища, тис. грн.

При цьому необхідно звернути увагу на два види витрат ( $B$ ): витрати на запобігання негативного впливу забрудненого навколишнього середовища на «реципієнтів» (витрати на їх переміщення за межі зон локальних забруднень навколишнього середовища, на озеленення, організацію санітарно-захисних зон); втрати, що викликані цим негативним впливом (на медичне обслуговування, відшкодування листів непрацездатності, компенсацію втрат продукції через підвищення захворюваності людей, компенсацію зниження біологічної продуктивності полів, лісів, водойм внаслідок їх забруднення та виснаження)

Отже, економічний ефект від природоохоронних заходів – це показник екологічної ефективності, який характеризує зменшення антропогенного навантаження на навколишнє середовище, що припадає на одиницю наведених витрат природоохоронних заходів, і визначається за формулою:

$$E_{\text{екологічна}} = \frac{E_{\text{економ}}}{C_u + E_n \times K_u}, \quad (2)$$

де  $E_{\text{екологічна}}$  – екологічна ефективність природоохоронних заходів, %;  $E_{\text{економ}}$  – величина економічного ефекту природоохоронних заходів, тис.грн.;  $C_u$  – річні експлуатаційні витрати на утримання, тис.грн.;  $K_u$  – капітальні інвестиції в будівництво об'єктів природоохоронного призначення, тис. грн.

Оскільки, найбільш результативним показником роботи підприємства є рентабельність діяльності, яка не завжди враховує якість навколишнього середовища, то було б більш правильно обчислювати комплексний показник рентабельності ( $P_k$ ) за формулою:

$$P_k = \frac{P - C_e + L}{F + M_e}, \quad (3)$$

де  $P$  – чистий прибуток, тис.грн.;  $C_e$  – еколого-економічні збитки, спричинені видобутком природної сировини підприємством, тис.грн.;  $L$  – додатковий прибуток від більш високої якості природного середовища, тис. грн.;  $F$  – виробничі фонди підприємства, тис. грн.;  $M_e$  – оцінка природних факторів, тис. грн.

З формули видно, чим менше підприємство залучає природних ресурсів, тим більшим буде за інших однакових умов показник рентабельності. Ефективна оцінка та розробка і впровадження заходів щодо покращення даних показників сприяє формуванню наступних конкурентних переваг:

1) зниження експлуатаційних витрат, завдяки: економії енергії та сировини; економії коштів у результаті використання вторинної сировини; зниження плати за природні ресурси і забруднення.

2) збільшення прибутку підприємства внаслідок: більш високих цін на екологічно чисту продукцію; підвищення конкурентоспроможності виробів, що володіють екологічними характеристиками; реалізації побічних продуктів і відходів виробництва; пільгового оподаткування і кредитування.

3) переваги стратегічного характеру: створення сприятливої ділової репутації в очах споживачів, потенційних партнерів, інвесторів; забезпечення розвитку підприємства;

Таким чином, гармонійне поєднання економічної та екологічної складової становлять, вагому передумову забезпечення сталого розвитку як країни в цілому, так і окремих суб'єктів господарської діяльності.

**М.М. Волосатова, студ., IV курс, гр. ЕП-43, ФЕМ**  
**Науковий керівник - ст. викладач А.А. Корнійчук**  
*Житомирський державний технологічний університет*

## **ОСОБЛИВОСТІ ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ ФОРМУВАННЯ І ВИКОРИСТАННЯ ОБОРОТНИХ АКТИВІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ**

Оборотні активи займають особливе місце в структурі підприємства. Саме якісне управління ними забезпечує на підприємстві безперервний процес виробництва та реалізації продукції, високий рівень ліквідності та платоспроможності підприємства. Тому постає необхідність у розробці якісного механізму формування та використання оборотних активів. Механізм формування та використання оборотних активів можна представити як два взаємопов'язаних процеси:

– визначення оптимального розміру та структури оборотних активів, що забезпечують ефективну діяльність підприємства;

– формування структури джерел фінансування необхідних оборотних активів.

Під час реалізації зазначеного механізму використовуються методи планування, прогнозування та управління запасами.

Основна мета формування активів полягає у виявленні та задоволенні потреби підприємства в окремих їх видах та оптимізації їх складу, для того щоб забезпечити здійснення виробничого процесу та створити умови для підвищення ефективності господарської діяльності.

Щоб досягнути цієї мети в процесі формування оборотних активів необхідно базуватись на таких принципах:

1. Враховувати перспективи розвитку виробництва та напрямів його диверсифікації.
2. Забезпечити відповідний обсяг та структуру сформованих активів відповідно до обсягу і структури запланованого виробництва і збуту продукції.
3. Формувати оптимальний склад активів з огляду на ефективність господарської діяльності.
4. Забезпечити умови прискорення обороту активів під час їх використання.

Механізм формування оборотних активів на підприємстві передбачає виконання таких завдань:

1. Сформувані окремі види оборотних активів та визначити їх розмір, необхідний для забезпечення виробництва запланованої кількості продукції враховуючи операційний цикл підприємства. Обсяг оборотних активів безпосередньо залежить від обсягу виробництва, і тому він визначає розмір змінних витрат підприємства. Визначення тривалості окремих стадій операційного циклу та обсягу виробництва допомагають встановити розмір необхідних оборотних активів. Врахувавши ці два основні чинники можна досягти оптимізації обсягу і складу оборотних активів

2. Враховувати сезонні коливання господарської діяльності підприємства в процесі формування обсягу і складу оборотних активів. Оскільки попит на продукцію окремих підприємств має сезонний характер, а також пропозиція деяких ресурсів коливається в залежності від пори року, потреба в оборотних активах кожного окремого підприємства в різні періоди буде різною.

3. Забезпечити прискорення оборотності оборотних активів як за окремими їх видами так і в цілому. Прискорення оборотності оборотних активів сприяє визволенню значних сум і, таким чином, збільшенню обсягу виробництва без залучення додаткового фінансування, а кошти, що вивільнилися, будуть використовуватися відповідно до потреб підприємства.

4. Сформувані принципи фінансування необхідних оборотних активів. При їх формуванні необхідно також враховувати специфіку підприємства та стан зовнішнього середовища, щоб обрати найкращий підхід до фінансування оборотних активів.

5. Сформувані оптимальну структуру джерел фінансування оборотних активів. Джерела фінансування формуються на основі встановлених на підприємстві принципів фінансування з урахуванням необхідності залучення додаткових коштів та вартості окремих видів капіталу.

Ефективна система управління використанням оборотних активів передбачає такі напрями:

- забезпечувати економію в процесі використання оборотних активів;
- вибирати ефективний метод оцінювання грошових коштів і матеріально-виробничих запасів;
- виявляти й використовувати можливості пришвидшення оборотності оборотних активів;
- упорядковувати інформаційні потоки системи управління;
- чітко розмежовувати етапи процесу управління.

Отже, механізм формування і використання оборотних активів передбачає виконання ряду завдань, які мають на меті визначити розмір, структуру та джерела фінансування оборотних активів, а також виявити способи економії в процесі їх використання. Успішна реалізація зазначеного механізму дозволить підприємству підвищити ефективність діяльності, скоротити зайві витрати у виробництві, підвищити рівень ліквідності та платоспроможності.

**М.В. Головенко, магістрант, гр. ПВМ-2, ФЕМ**  
**Науковий керівник – к.е.н., доц. Т.Ю. Мельник**  
*Житомирський державний технологічний університет*

### ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ПІДПРИЄМСТВА

Діяльність будь-якого підприємства нерозривно пов'язана та обумовлена наявністю, можливостями до залучення та ефективністю використання економічних ресурсів, серед яких важливе місце посідають основні засоби. Саме основні засоби підприємства створюють матеріальну базу, що слугує основою для виробничих, адміністративних, збутових та інших процесів господарської діяльності підприємства.

Дослідження економічної літератури свідчить, що існує безліч трактувань даного терміну, одним з яких є: основні засоби – це матеріальні активи, які підприємство утримує для того щоб використати їх у процесі виробництва чи поставки товарів споживачу, надання послуг, здачі в оренду іншим особам, а також для виконання адміністративних функцій, при цьому термін їх експлуатації (використання) більше одного року.

Розглянемо трактування терміну «основні засоби», яке наводиться у працях вітчизняних вчених, а також у нормативних документах (табл. 1).

Таблиця 1

*Трактування терміну «основні засоби» у науковій літературі та нормативних документах*

Джерело	Визначення
1	2
<b>Нормативні підходи</b>	
Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 7 «Основні засоби»: наказ Міністерства фінансів України від 27.04.2000 р. № 92.	Основні засоби – матеріальні активи, які підприємство утримує з метою використання їх у процесі виробництва або постачання товарів, надання послуг, здавання в оренду іншим особам або для здійснення адміністративних і соціально-культурних функцій, очікуваний строк корисного використання (експлуатації) яких більше одного року (або операційного циклу, якщо він довший за рік).
Податковий кодекс України: Закон України від 02 грудня 2010 р. № 2755-VI.	Основні засоби – матеріальні активи, у тому числі запаси корисних копалин наданих у користування ділянок надр (крім вартості землі, незавершених капітальних інвестицій, автомобільних доріг загального користування, бібліотечних і архівних фондів, матеріальних активів, вартість яких не перевищує 2500 гривень, невиробничих основних засобів і нематеріальних активів), що призначаються платником податку для використання у господарській діяльності платника податку, вартість яких перевищує 2500 гривень і поступово зменшується у зв'язку з фізичним або моральним зносом та очікуваний строк корисного використання (експлуатації) яких з дати введення в експлуатацію становить понад один рік (або операційний цикл, якщо він довший за рік).
Міжнародний стандарт фінансової звітності (IAS) 16 «Основні засоби» від 1.01.2009 р.	Основні засоби – матеріальні об'єкти, які: а) утримують для використання у виробництві або постачанні товарів чи наданні послуг, для надання в оренду іншим або для адміністративних цілей; б) використовуватимуть, за очікуванням, протягом більше одного звітного періоду.
<b>Наукові підходи</b>	
Бондар М.І. Амортизація основних засобів: облік та оподаткування / М.І. Бондар, В.В. Бабіч // Вісник ЖДТУ. Серія: Економічні науки. – 2011. – № 1 (55). – С. 31–34.	Основні засоби – сукупність засобів праці, які функціонують у сфері матеріального виробництва в незмінній натуральній формі протягом тривалого часу та переносять свою вартість на заново створений продукт частинами в міру їх зношення.
Жадан Т.А. Економічна сутність основних засобів підприємства: обліковий аспект / Т.А. Жадан, Н.В. Лозова // Глобальні та національні проблеми економіки:	Основні засоби – це матеріальні активи, які зберігають свою натуральну форму протягом всього корисного терміну експлуатації, що становить понад один рік (або операційний цикл, якщо він довший за рік), використовуються як під час здійснення господарської діяльності, так і під час виконання підприємством адміністративних чи соціально-культурних функцій та по частинах

1	2
електронне фахове видання. – 2015. – Вип. 8. – С. 1112-1116.	переносять свою вартість на результат власної діяльності – виготовлений продукт, надану послугу або товар.
Агрес О.Г. Економічна ефективність використання основних засобів сільськогосподарських підприємств : автореф. дис. ... к.е.н.: спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)» / О.Г. Агрес. – Львів, 2013. – 20 с.	Основні засоби – це засоби праці у формі матеріальних активів, які утримує підприємство з метою використання у виробничому процесі або здійсненні адміністративних чи соціально-культурних функцій, очікуваний термін корисного використання яких становить більше ніж один рік, не змінюючи при цьому своїх форм і розмірів, вартість яких є не меншою від законодавчо встановленого розміру та поступово переноситься в міру фізичного спрацювання та (або) морального старіння на вартість готової продукції проведенням амортизаційних відрахувань.
Борисенко З.М. Амортизаційна політика: монографія / З.М. Борисенко. – К.: Наукова думка, 1993. – 130 с	Основні засоби – засоби праці виробничого та невиробничого призначення. Характерною особливістю ОЗ, є участь в процесі виробництва тривалий час, у перебігу багатьох циклів, при збереженні основних властивостей і первинної форми, при цьому поступове зношування і їх вартість переноситься на продукцію, що виготовляється.
Бутинець Ф.Ф. Економічний аналіз. Практикум: Навч. посібник для студентів вузів / Ф.Ф. Бутинець, Є.В. Мних, О.В. Олійник. – Житомир: ЖІТІ, 2000. – 416 с.	Основні засоби – матеріальні активи, які підприємство утримує з метою використання їх у процесі виробництва або постачання товарів, надання послуг, здавання в оренду іншим особам або для здійснення адміністративних і соціально-культурних функцій, очікуваний строк корисного використання (експлуатації) яких більше одного року (або операційного циклу, якщо він перевищує один рік).

Отже, узагальнюючи підходи, виділені у табл. 1, можемо відзначити, що на сьогодні існує значна кількість тлумачень поняття «основні засоби». Слід відмітити, що більшість авторів при розкритті сутності цієї категорії акцентують увагу на таких ключових критеріях визнання основних засобів, як: матеріальність (наявність матеріально-речової форми); призначення (утримуються з метою використання їх в процесі виробництва, постачання товарів, надання послуг, здавання в оренду іншим особам або для здійснення адміністративних чи соціально-культурних функцій); строк корисного використання (більше року або операційного циклу, якщо він більше року). На нашу думку, більш повно розкривають сутність поняття «основні засоби» автори, які окрім зазначених критеріїв, пов'язують досліджуваний термін з нарахуванням амортизаційних відрахувань.

Наведені визначення поняття «основні засоби» у нормативно-правових актах дають змогу дійти висновку про відсутність єдиного підходу до його розуміння. На нашу думку, більш повним та доцільним є визначення з П(С)БО 7 «Основні засоби», яке чітко характеризує основні засоби.

Окремі співвідношення груп основних засобів створюють структуру, яка складається з виробничих та невиробничих основних засобів. У першу чергу, виробничі основні засоби є важливими для діяльності підприємства, оскільки беруть участь у процесі виробництва, при цьому не втрачаючи свою натуральну форму. Вартість виробничих основних засобів переноситься частково на собівартість продукції у міру використання. Виробничі основні засоби поділяються на активні, до яких належать робочі машини та устаткування, транспортні засоби, обчислювальна техніка та лабораторні устаткування, та пасивні: будівлі, споруди та господарський інвентар.

Згідно із П(С)БО 7 «Основні засоби» у бухгалтерському обліку виділяються такі групи основних засобів: земельні ділянки; капітальні витрати на поліпшення земель; будинки, споруди та передавальні пристрої; машини та обладнання; транспортні засоби; інструменти, прилади, інвентар (меблі); робоча і продуктивна худоба; багаторічні насадження; інші основні засоби.

Згідно з положеннями чинного податкового законодавства є 16 груп основних засобів та інших необоротних активів: група 1 – земельні ділянки; група 2 – капітальні витрати на поліпшення земель, не пов'язані з будівництвом; група 3 – будівлі, споруди, передавальні пристрої; група 4 – машини та обладнання; група 5 – транспортні засоби; група 6 – інструменти, прилади, інвентар (меблі); група 7 – тварини; група 8 – багаторічні насадження; група 9 – інші основні засоби; група 10 – бібліотечні фонди; група 11 – малоцінні необоротні матеріальні активи; група 12 – тимчасові споруди; група 13 – природні ресурси; група 14 – інвентарна тара; група 15 – предмети прокату; група 16 – довгострокові бібліотечні активи.

Розглянуті економічна сутність та склад основних засобів дають змогу оптимізувати їхню структуру, забезпечити їх ефективне використання, сприяти покращенню матеріально-технічного стану сучасного виробництва.

Т.С. Гриневич, магістрант, гр. ЕПМ-15, ФЕМ  
Науковий керівник – к.е.н. К.С. Орлова  
Житомирський державний технологічний університет

### УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ І КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Основою для забезпечення ефективного функціонування та розвитку підприємства є його здатність до участі у конкурентній боротьбі, тобто рівень конкурентоспроможності. У свою чергу, основою для формування конкурентоспроможності підприємства виступає конкурентоспроможність його продукції. Відтак, за умов нестабільного ринкового середовища та швидкого піднесення економіки України питання управління якістю та конкурентоспроможністю продукції є вкрай актуальним та потребує значного наукового інтересу з урахуванням важливості для забезпечення стійкого та ефективного господарювання вітчизняних підприємств.

Важливість зазначеної сфери досліджень підтверджується і вагомим науковим інтересом до окресленого кола питань. Значний внесок у розробку теорії управління конкурентоспроможністю та якістю продукції підприємства внесли такі науковці: Б. В. Буркінський, Л. І. Боженко, В. А. Василенко, В. І. Гринчуцький, І. З. Должанський, Л. А. Кириченко, Е. А. Ліфіц, А. П. Наливайко, Т. І. Ткаченко, Л. С. Шевченко та інші. Водночас, складність та комплексність проблем, пов'язаних із забезпеченням високого рівня якості та конкурентоспроможності продукції підприємства, обумовлюють доцільність подальших наукових пошуків у визначеній царині.

Управління конкурентоспроможністю продукції підприємства – це сукупність заходів, що здійснені в ході розробки, створення, виготовлення, використання і сервісного обслуговування продукції з метою надання їй властивостей, що забезпечують задоволення визначених потреб і запитів споживачів при мінімальній втраті всіх видів ресурсів та коштів.

Управління конкурентоспроможністю є складним процесом, що складається з елементів, відображених на рис. 1.

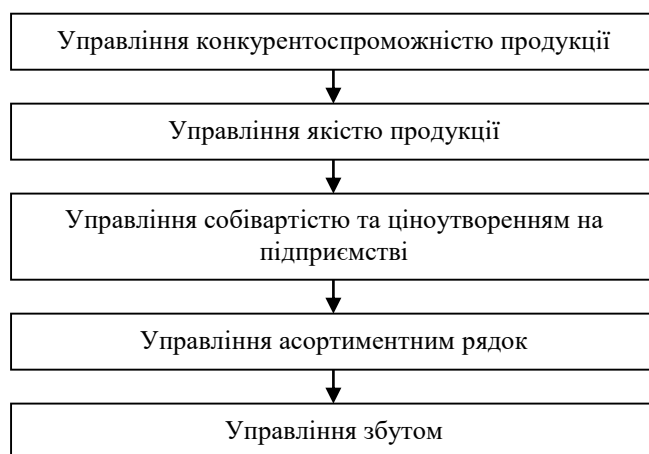


Рис. 1. Ступені управління конкурентоспроможністю продукції

Управління якістю передбачає по-елементне управління якістю матеріалів, обґрунтування варіантів технічного оснащення підприємства, перевезення готової продукції, зберігання та пакування продукції. Управління собівартістю включає в себе: обґрунтування методів ціноутворення підприємства собівартості обробки, вартості сервісного обслуговування товару. Аналіз структури асортименту, рівень і частота оновлення асортименту, позиціонування товару на ринку здійснюються в рамках управління асортиментним рядом. Управління збутом забезпечує найкращий вибір організаційних форм та методів збутової діяльності, спрямованої на досягнення кінцевих результатів. За кожним з цих напрямів визначаються цілі, за допомогою яких можна забезпечити ефективне управління. Встановлення цілей – складний процес, в якому поєднуються уміння та навички осіб, які відповідальні за створення цілей.

Для того щоб продукція підприємства була конкурентоспроможною, потрібно довести її зміст до кожного компоненту системи управління та кожного підрозділу на підприємстві. Це можна зробити за допомогою моделі програмно-цільового управління конкурентоспроможністю продукції, де розкриваються конкретні завдання та вимоги для досягнення поставленої мети.

Конкурентоспроможність продукції формується під впливом багатьох чинників: соціального аспекту, задоволення потреб, якості продукції, асортиментного ряду, сервісного обслуговування, отримання доходу, післяпродажного обслуговування. Вагоме місце в системі забезпечення конкурентоспроможності продукції займає саме її якість.

Якість – це сукупність властивостей і характеристик товару, які надають йому здатність задовольняти обумовлені або передбачувані потреби. Для забезпечення високого рівня якості продукції на підприємствах використовується практика системного підходу, тобто створюється система управління якістю, метою якої є виробництво конкурентоспроможної продукції.

Слід зауважити, що функціонування системи управління конкурентоспроможністю продукції повинне відбуватися у взаємозв'язку з загальною системою управління підприємством, так як міжнародні стандарти ISO не використовують поняття «управління конкурентоспроможністю», а тільки «управління якістю». Саме тому система управління конкурентоспроможністю повинна доповнювати систему управління якістю, через врахування таких чинників, як: розробка конкурентної стратегії, аналіз конкурентів, можливостей фірми, що в загальному дає змогу передбачити всі загрози для підприємства та забезпечити його конкурентоспроможність.

На сьогоднішній день вдосконалення системи управління якістю продукції на будь-якому підприємстві є запорукою його успішного розвитку і основою конкурентоспроможності товарів, що випускаються або послуг, що надаються. В наші дні питання якості для споживача є першочерговими, часто переважають над ціновими факторами. Споживач хоче отримувати кращу якість навіть за дещо більшу ціну. Підвищуючи якість продукції, товаровиробник випереджає найближчих конкурентів в довгостроковій перспективі, оскільки останнім знадобиться тривалий час і значні капіталовкладення в оновлення технологій і налагодження нового виробництва.

Основними напрямками удосконалення системи управління якістю та конкурентоспроможністю продукції за сучасних умов є наступні:

1. Проведення гнучкої та активної превентивної політики реагування на зміни конкурентного середовища господарювання, що дозволяє вчасно та швидко розробити та реалізувати відповідні заходи, використати позитивні можливості на ринку для подальшого розвитку.

2. Використання досягнень науки та техніки у виробничих, організаційних, збутових, управлінських та інших процесах на підприємстві, що дозволяє підвищити якість продукції, продуктивність праці та зменшити витрати підприємства на якісній основі.

3. Постійний і систематичний аналіз ринку та потреб споживачів з метою своєчасного реагування на нові вимоги, задоволення нових потреб ринку.

4. Використання дієвих інструментів стратегічного управління якістю продукції, що дозволяє сформувати конкурентні переваги підприємства на тривалу перспективу.

Особливими умовами розробки системи управління якістю продукції є врахування вимог споживачів, специфічних особливостей розвитку підприємства, сучасної методологічної ідеології та рекомендацій міжнародних стандартів.

Найбільш поширеною та ефективною методологічною ідеологією виступає так звана нова парадигма Загального менеджменту якості (Total Quality Management – TQM). Зміст цієї системи полягає в довгостроковому інтегрованому підході до керівництва організацією, що гарантує мінімальні витрати і підвищення якості продукції. Система TQM регулює не тільки процес виробництва, але й відносини між постачальниками та споживачами.

Важливу роль у формуванні якості та її регулюванні відіграє система стандартизації та сертифікації як нормативно-правової основи підприємства для забезпечення відповідних управлінських процесів. Система стандартів законодавчо захищає інтереси споживача і держави в питаннях якості продукції, охорони навколишнього середовища, безпеки життєдіяльності і здоров'я населення. Стандарти є засобом підвищення конкурентоспроможності продукції. Вагоме місце у створенні системи якості продукції відіграють міжнародні стандарти якості ISO серії 9001, що в загальному вигляді являють собою одну з моделей управління діяльністю організації з метою забезпечення її результативності. Застосування підходів ISO 9001 у системі управління підприємством допомагає вирішити багато внутрішніх та зовнішніх проблем: забезпечити міцну основу щодо сталого розвитку; надавати товари і послуги високої якості, тим самим максимально ефективно задовольняти потреби споживачів; стати конкурентоспроможним на внутрішньому та зовнішніх ринках; реалізовувати продукцію за міжнародними цінами; налагоджувати співробітництво із іноземними партнерами; бути в пріоритеті перед конкурентами при участі у тендерах; забезпечити ясність та прозорість управління діяльністю підприємства; запровадити механізм постійного покращання системи управління; продуктивніше використовувати грошові та часові ресурси; підняти мотивацію і залучення персоналу на новий рівень; розвинути суспільно-економічних відносин; отримувати кредити за пільговими умовами; підвищувати лояльність до компанії з боку влади, партнерів і клієнтів. Як результат, підприємство отримує більше покупців і розширює можливості бізнесу.

Отже, розробка та впровадження системи управління якістю продукції посідає вагоме місце у процесі підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства.

**І.С. Гуменюк, магістрант, гр. ЗПВ-17-М, ФЕМ**  
**Науковий керівник – к.е.н., доц. К. О. Бужимська**  
*Житомирський державний технологічний університет*

## **ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ СИСТЕМИ СТИМУЛЮВАННЯ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВІ**

В умовах постійного розвитку економіки задача підвищення конкурентоспроможності підприємства виступає на першій план, а сучасний етап економічних реформ в Україні характеризується тим, що підприємства працюють в умовах зростаючих вимог різних суспільних груп. У зв'язку з цим особливої актуальності набуває створення ефективної системи стимулювання працівників підприємств.

Одним з головних завдань розвитку ринкової економіки є формування притаманної ринковим відносинам систем стимулювання праці. Проблему стимулювання продуктивної праці досліджували такі науковці, як Т. Стівенс, К. Маркс, А. Сміт та багато інших.

Стимулювання персоналу є надзвичайно актуальною і важливою проблемою, оскільки визначає успіх діяльності організації, розвиток економіки в країні, рівень добробуту людей. Ефективне управління персоналом не можливе без чіткого усвідомлення мотивів і потреб людини, а також умінь правильно використовувати стимули до праці.

Стимулювання праці – це частина економічного стимулювання, яка являє собою процес зовнішнього впливу на працівника через матеріальні та нематеріальні форми з метою отримання бажаних результатів виробництва.

Для формування ефективної системи стимулювання на підприємстві слід враховувати розроблені в теорії управління і застосовувані в ринковій економіці принципи. Так, на сучасних підприємствах в даний час основними проблемами системи стимулювання працівників є: нездатність механізму формування оплати праці реагувати на зміни в ефективності і якості праці окремого працівника; відсутність комплексного підходу до оцінювання індивідуальних показників діяльності працівників; наявність необґрунтованих співвідношень в оплаті праці керівників, фахівців і службовців.

Зазначені проблеми, з якими мають справу більшість сучасних підприємств можуть бути вирішені за умов використання національного та іноземного досвіду. Так, недостатня гнучкість механізму оплати праці долається запровадженням сучасних форм винагороди, що залежать від результатів трудової діяльності працівника.

Формування ефективної системи стимулювання працівників передбачає застосування як матеріальних, так і нематеріальних форм винагородження персоналу, які включають заробітну плату, різні системи участі в прибутках, системи колективного преміювання, індивідуалізацію заробітної плати, моральні стимули, стимулювання працівників вільним графіком роботи, соціальні пільги.

У створенні системи стимулювання на підприємстві необхідно враховувати, що в регулюванні оплати праці беруть участь також і державні органи. Державне втручання в організацію стимулювання працівників підприємства необхідне для встановлення, тлумачення і забезпечення виконання умов і принципів розподілу доходів.

Згідно із Законом України «Про оплату праці», держава здійснює регулювання оплати праці працівників підприємств усіх форм власності шляхом встановлення розміру мінімальної заробітної плати та інших державних норм і гарантій, а також шляхом оподаткування доходів працівників.

Роль держави у сфері регулювання заробітної плати повинна виявлятися також в організації перспективних наукових досліджень, вивчення і поширення прогресивного досвіду, науково-методичному забезпеченні формування і оновлення тарифної системи, ефективної системи нормування праці тощо.

Під час формування системи стимулювання потрібно враховувати також такі основні вимоги: своєчасність виплати та справедливості винагородження, оперативність застосування, періодичність використання, рівність можливостей; гнучкість; диференційованість стимулів; зрозумілість системи стимулювання.

Система стимулювання на підприємстві повинна чітко визначати свої цілі, встановлювати види стимулювання відповідно до досягнутих результатів, визначати систему оцінювання, період та строки виплат винагороди. Будь-які види стимулювання повинні бути цільовими і відкритими. Система стимулювання повинна відповідати принципу: оплата за працю повинна відповідати праці.

Стимулювання працівників підприємства має бути спрямоване на посилення їх матеріальної зацікавленості у підвищенні ефективності виробництва, зростанні обсягу реалізації та поліпшенні якості продукції, збільшенні прибутку, підвищенні продуктивності праці та рентабельності підприємства.

В.Л. Дем'ячук, студ., II курс, гр. ПВ-1к, ФЕМ  
Науковий керівник – ст. викладач С.Ю. Бірюченко  
Житомирський державний технологічний університет

### СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПРОДУКЦІЇ ЯК ЗАСІБ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Вдала господарська діяльність будь-якого підприємства залежить від рівня ефективності виробництва, тобто, від ступеню задоволеності потреб споживачів з найменшими витратами з обох сторін. Якість продукції є визначальною характеристикою суспільних потреб, саме вона є головним стимулом привернення уваги споживача в умовах ринкової конкуренції. Дана тема є актуальною, оскільки забезпечення якості продукції є передумовою конкурентоспроможності підприємства на ринку та засобом виживання в суворій боротьбі.

Багато авторів приділили увагу даному питанню, серед них: Ю. Адлер, В. Версан, Н. Гончарова, Е. Демінг, Г. Кирейцев, П. Калита, Ф. Котлер, П. Саблук, Дж. Харрінгтон, Ю. Шаповал, А. Фейгенбаум.

Під «якістю продукції» розуміють сформований виробником при виробництві продукції рівень сукупних економічних, естетичних і функціональних характеристик та властивостей, що відповідають встановленим або передбаченим потребам споживачів. Таким чином, управління якістю – це процес скоординованих дій для забезпечення відповідного рівня та характеристик продукції відповідно до потреб споживача.

Система управління якістю охоплює етапи життєвого циклу продукту, які можуть бути представлені у вигляді «петлі якості» (рис.1).

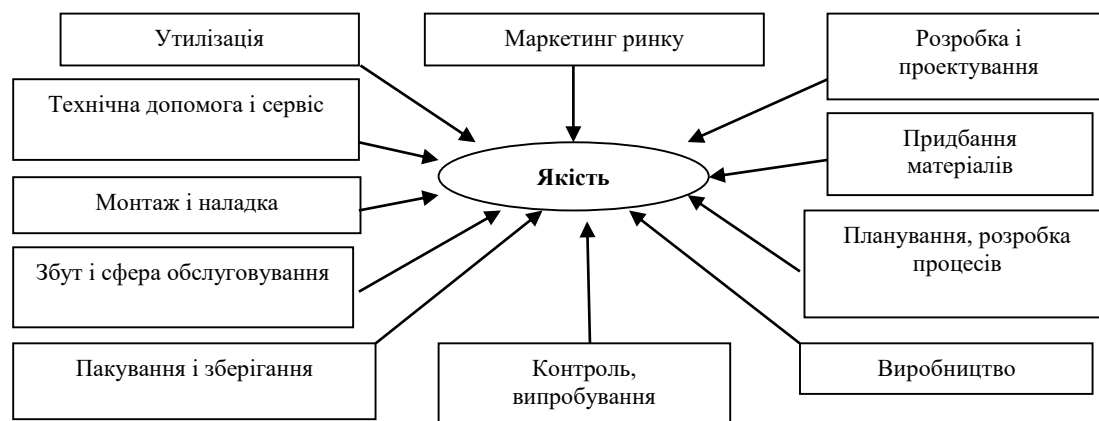


Рис. 1. Етапи забезпечення якості продукції

Впровадження системи управління якістю дозволяє отримати високі результати, але цьому передують добре скоординована та наполеглива робота, яка стосується: виявлення потреб та очікувань споживачів; впровадження політики та цілей підприємства у сфері якості; виявлення ресурсів, що необхідні для досягнення цілей у сфері якості та їх постачання; запровадження методів, що вимірюють результативність та ефективність кожного процесу та використання отриманих результатів; визначення засобів, що сприяють запобіганню невідповідності і усунюванню їх причин; впровадження процесу щодо постійного поліпшення системи управління якістю на підприємстві.

У світовій практиці найпоширенішою системою управління якістю є система за стандартами ISO 9000. У світі у 90% контрактних відносин споживач потребує підтвердження якості відповідно вимогам міжнародних стандартів ISO серії 9000.

Впровадження системи управління якістю призводить не тільки до покращення продукції, а й сприяє оптимізації бізнес-процесів підприємства в цілому, веде до збільшення продуктивності праці, зменшення ресурсозалежності, та як наслідок, до зниження собівартості продукції, що безпосередньо впливає на конкурентоспроможність підприємства на ринку.

Отже, якість це сукупні властивості продукції, що характеризує її здатність задовольнити споживача. Якість продукції та її конкурентоспроможність тісно взаємопов'язані. Для забезпечення високого іміджу підприємства, виходу його на зовнішні ринки, підвищення конкурентоспроможності, максимізації прибутку та стійкого фінансового становища ключовим моментом є вирішення проблеми підвищення якості продукції. Тому завданням вищого керівництва має бути впровадження сертифікованої системи якості, що забезпечить конкурентоздатність продукції, зріст попиту та підвищення рівня довіри у споживача і підвищить ефективність господарської діяльності.



**Т.О. Завалій, аспірант**  
**Науковий керівник – д.е.н., доц. Н.В. Валінкевич**  
*Житомирський державний технологічний університет*

### КЛІЄНТСЬКИЙ КАПІТАЛ ПІДПРИЄМСТВА: “CUSTOMER CAPITAL” ЧИ “CUSTOMER EQUITY”?

Продовженням досліджень концепції “Управління відносинами з клієнтами” (Customer Relationship Management), основним елементом якої є клієнти та відносини з ними, на думку М.А. Кру (M.A. Crew) та П.Р. Клендорфера (P.R. Kleindorfer), було становлення концепцій “Customer equity” або “Customer capital”, відповідно до яких відносини з клієнтами та клієнтська база розглядаються як частина невідчутних активів компанії, що мають бути оціненими та контрольованими так само як і інші матеріальні та нематеріальні активи. Англійські дослідження для позначення капіталу, що утворюється між підприємством і його клієнтами, використовують такі терміни як “customer capital”, “customer equity”, “external capital”, “relational capital”, “market assets” тощо. Варіанти перекладу українською також варіюють – клієнтський капітал, споживчий капітал, споживацький капітал, ринковий капітал, зовнішній капітал, реляційний капітал тощо.

Засновником теорії “customer capital” вважається Ю. Сент-Онж (H. Saint-Onge), який відповідав за розвиток навчальних програм в “Canadian Imperial Bank of Commerce”(CIBC) і цікавився проблематикою переведення процесів навчання в людський і структурний капітали, поки не усвідомив, що фірма буде комерційно успішною в довгостроковій перспективі тільки тоді, коли ці капітали (людський, структурний) будуть зосереджені на інтересах, орієнтованих на клієнтів фірми. Праці дослідника довели, що фірма створює капітал навколо своїх клієнтів, який, взаємодіючи з людським і структурним капіталом, виступає базою для створення прибутку в довгостроковій перспективі.

Авторами терміну “customer equity” вважаються Р.С. Блетберг (R.C. Blattberg) і Дж.Е. Дейтон (J.A. Deighton), які використовують його для оптимізації маркетингового бюджету витрат на залучення клієнтів і витрат на їх утримання. Баланс буде оптимальний, коли “customer equity” буде сягати максимального значення. Його розрахунок виглядає наступним чином: спочатку слід оцінити очікуваний внесок кожного клієнта у відшкодування фіксованих витрат компанії протягом очікуваного циклу життя клієнта, потім знизити очікувані внески до чистої теперішньої вартості на цільову норму прибутку компанії для маркетингових інвестицій і підсумувати знижені очікувані внески всіх поточних клієнтів. Тобто, “customer equity” як сукупність пожиттєвих вартостей клієнтів або вартостей життєвих циклів клієнтів (customer lifetime value, life-time value), що являють собою прогноз прибутку від майбутніх відносин з клієнтом, має використовуватися для оптимізації балансу інвестицій щодо залучення та утримання клієнтів.

Аналізуючи структуру інтелектуального капіталу, Е. Брукінг виокремлює таку його складову як ринкові активи (“market assets”), до яких відносить марочні назви товару, покупців і їх відданість до цих товарів, повторюваність угод, портфель замовлень, канали розповсюдження, різні контракти, та важливість яких обумовлює тим, що вони забезпечують компанії конкурентну перевагу в зовнішньому середовищі.

Існують різні варіанти назв клієнтської складової інтелектуального капіталу підприємства (табл. 1).

*Таблиця 1*

*Варіанти назв клієнтської складової інтелектуального капіталу підприємства*

Термін англійською	Варіант перекладу	Визначення
Customer capital	Клієнтський капітал	сума всіх відносин з клієнтами, яка визначається як глибина (проникнення або частка кошика), широта (охоплення або частка ринку), стійкість (довговічність) та прибутковість відносин підприємства з усіма його клієнтами
Customer equity	Клієнтський капітал	сума дисконтованих вартостей життєвих циклів усіх клієнтів фірми
Relational capital	Реляційний капітал	накопичена вартість від знань, що надходять до підприємства через відносини та дії, спільні з зовнішніми чи соціальними агентами і пов'язані з клієнтами, соціальним капіталом та стейкхолдерами
Relationship capital	Капітал взаємовідносин	сукупність усіх відносин, що виникають в процесі взаємодії компанії з іншими суб'єктами (постачальники, партнери, споживачі, колишні співробітники тощо)
External capital	Зовнішній капітал	сукупність усіх відносин компанії, що виникають зі зовнішніми суб'єктами (постачальники, партнери, клієнти)
Market Assets	Ринкові активи	потенціал, що забезпечується нематеріальними активами, пов'язаними з ринковими операціями

Увагу нашого дослідження займають терміни “customer capital” і “customer equity”, перше з яких – творіння дослідників інтелектуального капіталу компанії (Н. Бонтіс (N. Bontis), Ж. Даффі (J. Duffy), Л. Едвінсон (L. Edvinsson), М.С. Малоун (M.S. Malone), Ю. Сент-Онж (H. Saint-Onge), Т.А. Стюарт (T.A. Stewart) та інші), друге – творіння дослідників, що основну увагу приділяли питанням ефективного управління маркетингом (Р.С. Блетберг (R.C. Blattberg), Дж.Е. Дейтон (J.A. Deighton), В.А. Зейтамль (V.A. Zeithaml), К.Н. Лемон (K.N. Lemon), Р.Т. Раст (R.T. Rust) та інші). Пропозиції синонімічно використовувати ці терміни знаходимо у таких дослідників як П.Р. Клендорфер (P.R. Kleindorfer), Д. Криксіунієне (D. Kriksciuniene), М.А. Кру (M.A. Crew), А. Мейер (A. Meier), В. Сакалаускас (V. Sakalauskas), Х. Штормер (H. Stormer), але існують і думки щодо різного сутнісного наповнення досліджуваних термінів.

Так, Р. Чінарян перекладає термін “customer capital” як клієнтський капітал (система капітальних, надійних, довгострокових довірчих відносин компанії зі своїми клієнтами), а термін “customer equity” як клієнтський портфель (сукупність клієнтів компанії, які відповідають її вимогам щодо управління і прозорості взаємовідносин і, які забезпечують задану норму прибутку). На думку автора, ці терміни не синоніми, але обидва відносяться до термінологічного апарату клієнтингу. Слід враховувати, що існує термін “customer portfolio”, що перекладається як клієнтський портфель та визначається як сукупність клієнтів компанії за видами або за сегментами. Іншими словами, це структура клієнтів компанії.

Досліджуючи засади брендингу в системі управління конкурентоспроможністю національної економіки Г.Я. Студінська вважає неправильним переклад терміну “customer capital” як клієнтський капітал та синонімічне використання термінів “customer equity” та “customer capital”. Автор стверджує, що клієнтський капітал (customer equity) – це сума, яку компанія виплачує як дивіденди по акціях. На жаль, за вказаним посиланням (<http://www.businessdictionary.com>) знаходимо, що під терміном “customer equity” слід розуміти вартість потенційних майбутніх винагород, що генеруються клієнтами компанії за їх життєвий цикл.

Не ототожнюють досліджувані терміни і А. Чжан (A. Chang), Ч.-Н. Ценг (C.-N. Tseng), які зазначають, що “customer equity” можна розглядати як важливий елемент “customer capital”. Автори пропонують поняттю “customer equity” відводити роль посередника між маркетингом взаємовідносин і поняттям “customer capital” (рис. 1).

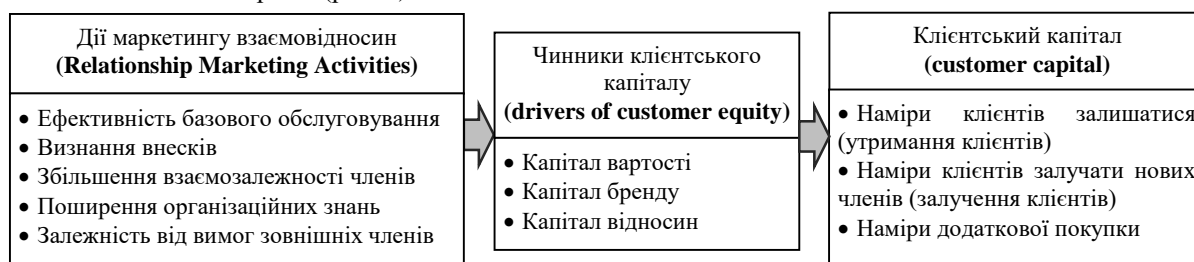


Рис. 1. Побудова клієнтського капіталу (customer capital) за А. Чжаном і Ч.-Н. Ценгом

Дослідники роблять спробу виявити зв'язки між різними видами діяльності маркетингу взаємовідносин, чинниками “customer equity” та базисними пріоритетами “customer capital”. Дана думка полягає в тому, що “customer capital” більш широке поняття, ніж “customer equity”.

В свою чергу, Ж. Даффі (J. Duffy) наголошує, що “customer capital” охоплює процеси, інструменти та методики, які підтримують зростання “customer equity”. Тобто, зростання “customer equity” – головна мета “customer capital”.

Також слід зазначити, що існують думки щодо синонімів терміну “customer equity”. Ф. Біссон під можливістю, що мають клієнти для продовження успіхів компанії в довгостроковій перспективі або сумою позитивних вартостей кожного з клієнтів компанії розуміє “customer equity” або вартість клієнтської бази (value of the customer base). Підхід “Customer Equity” (Customer Lifetime Value, Customer Profitability) за словами Г. Бермехо (G. Vermejo), К.Р. Монроя (C.R. Monroy) фокусується на клієнтській вартості і її показниках, таких як пожиттєва вартість клієнта (LTV model), яка охоплює минулу, теперішню і майбутню вартість. Цей підхід надає кількісний результат (фінансовий) вартості клієнта та має охоплювати відносини не тільки з клієнтами, але і з іншими стейкхолдерами компанії.

Отже, кількісне вираження клієнтського капіталу буде уособлюватися в терміні “customer equity” як сумі дисконтованих вартостей життєвих циклів усіх клієнтів підприємства (потенційних в тому числі). Натомість, якщо ми говоримо про “customer capital”, то маємо на увазі клієнтський капітал в більш широкому розумінні: як складову інтелектуального капіталу підприємства, що закладена в відносинах між підприємством і його стейкхолдерами (клієнтами в тому числі), уособлюється в інформації фінансового і нефінансового характеру та використовується для прийняття управлінських рішень, спрямованих на досягнення конкретного ефекту (отримання прибутку, соціального ефекту, збільшення ринкової вартості підприємства тощо).

**В.В. Загоровська, студ., IV курс, гр. ЕП-43, ФЕМ**  
**Науковий керівник – ст. викладач А.А. Корнійчук**  
*Житомирський державний технологічний університет*

### **ЯКІСТЬ ПРОДУКЦІЇ ЯК ОБ'ЄКТ УПРАВЛІННЯ**

В умовах сучасної ринкової економіки питання якості є вирішальним фактором підвищення рівня життя, а також економічної, соціальної та екологічної безпеки. Якість є комплексною концепцією, що характеризує ефективність усіх аспектів діяльності підприємства: розробка стратегії, виробництво, маркетинг та ін. Якість продукції – визначальний чинник успішної господарської діяльності підприємств, про що свідчить сучасний розвиток світової економіки. Високий рівень конкуренції на ринках стає поштовхом для керівництва підприємств більше уваги приділяти вимогам споживачів і замовників та здійснювати ефективне управління якістю продукції.

Питанням якості продукції, управління якістю, контролю за якістю, системи управління якістю приділяють багато уваги як вітчизняні, так і зарубіжні вчені. Управління якістю продукції детально проаналізоване в публікаціях таких вітчизняних авторів, як Ю.Ф. Мельник, В.М. Новиков, М.Г. Круглов, В.М. Приходько, М.І. Шаповал, Ю.В. Савицький та зарубіжних М. Бест, Е. Демінг, Дж. Джуран, К. Ісікава, Ф. Кросбі, Г. Тагуті, В. Шухарт та багато інших. Однак можна спостерігати зміну сутності та значення поняття управління якістю за рахунок досягнень науково-технічного прогресу.

Метою управління є підтримання рівня якості продукції відповідно до економічних інтересів виробника та споживача, а також вимог безпеки та екологічності продукту. Процесом формування і забезпечення якості продукції необхідно цілеспрямовано управляти, оскільки на ці процеси впливає велика кількість різноманітних чинників. На нашу думку, управління якістю продукції можна тлумачити як скоординовану діяльність, яка полягає у спрямуванні та контролі організації щодо якості, що звичайно охоплює розроблення політики і цілей у сфері якості, планування якості, контроль якості, забезпечення та поліпшення якості. Управління якістю в наш час базується на тому, що діяльність пов'язана з управлінням якістю може бути ефективною лише перед виготовленням продукції, а не після того як продукцію вже виготовили. Даний вид діяльності повинен відбуватись в процесі виробництва. Забезпечення створення системи запобігання виникненню браку та запровадження системи контролю буде економічно ефективнішим до процесу виготовлення продукції.

Здійснення процесу управління якістю продукції неможливе без взаємодії всіх ланок управління. Процес управління повинен охоплювати діяльність усіх наявних структурних підрозділів підприємства: маркетингових, проектних, виробничих, збутових та інших, тобто проходити через весь ланцюжок від постачальників до споживачів. Така взаємодія отримала назву єдиної системи управління якістю. Процес управління якістю продукції має відповідати таким характеристикам: бути постійним, планованим, цілеспрямованим. Процес управління якістю продукції включає стадії: 1) розробка програми управління, планування та підвищення якості продукції; 2) збір і аналіз інформації про фактори, що впливають на якість; 3) підготовка дій, які впливають на об'єкт; 4) розроблення управлінських рішень по управлінню якістю; 5) доведення управлінських рішень до виконавців; 6) контроль за виконанням управлінських рішень; 7) аналіз інформації про зміни якості об'єкта, після управлінських дій; 8) усунення або мінімізація дії негативних чинників на процес управління якістю.

Управління якістю продукції – складова успішного управління всією організацією. Для поліпшення показників діяльності організації, визначено основні принципи управління якістю продукції, які керівництву доцільно було б використовувати у своїй роботі: орієнтація на замовника; лідерство; залучення працівників; процесний підхід; системний підхід до управління; постійне поліпшення; прийняття рішень на підставі фактів; взаємовигідні стосунки з постачальниками. До цього переліку принципів, на нашу думку, було б доцільно додати ще принцип мотивації. Чітке дотримання та систематичне виконання принципів управління якістю забезпечить ефективне керування процесами виробництва та призведе до підвищення якості готової продукції.

Результативність та максимальна віддача діяльності за мінімальних затрат на різні заходи (організаційні, технічні, кадрові, економічні, соціальні та ін.) та збалансування комплексу факторів, що впливають на формування та забезпечення якості продукції, визначають ефективність управління. Ефективне управління якістю – процес, який повинен бути комплексним та систематичним. Даний процес здійснюється при мінімальних витратах відносно максимально запланованих результатів діяльності підприємства.

Якість продукції як об'єкт управління є важливим питанням, яке потребує постійного вирішення, з метою забезпечення високої якості готової продукції. Якість продукції залишається компромісом між бажаннями споживачів і можливостями виробників, рівнем технічних характеристик продукції та вартісними показниками, які зумовлюють економічний результат діяльності підприємства.

**В.О. Іванченко, студ., IV курс, гр. ЕП-43, ФЕМ**  
**Науковий керівник – ст. викладач А.В. Оверчук**  
*Житомирський державний технологічний університет*

### **СУТНІСНА ХАРАКТЕРИСТИКА ПОНЯТЬ «КОНКУРЕНЦІЯ» ТА «КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ» ПІДПРИЄМСТВА**

В нинішніх умовах господарювання серед підприємницьких структур важливого значення набуває така економічна категорія, як «конкурентоспроможність». Відповідно від рівня конкурентоспроможності підприємства і залежить його стан на ринку.

Для детального дослідження сутності «конкурентоспроможність підприємства» слід першочергово з'ясувати поняття «конкуренція», так, як вони є взаємопов'язані - оскільки про конкурентоспроможність можна говорити виключно при наявності конкуренції між виробниками конкретного виду продукції.

Слід зазначити, що до ретельного вивчення категорій «конкуренція» та «конкурентоспроможність», а також їх взаємозв'язку велику увагу приділяли такі вчені-економісти, як І.В. Смолін, С.М.Клименко, Л.Л. Антонюк, Г. Азоев, І. Ансофф, Г.Я. Кіперман, М. Портер, Й. Шумпетер та інші.

На сьогодні існує безліч визначень категорії «конкуренція», що дає змогу достовірно дослідити її сутність та самостійно проаналізувавши, викласти власне визначення.

Так, Кіперман Г. Я. та інші детермінують конкуренцію, як «процес взаємодії, взаємозв'язку й боротьби виробників і постачальників при реалізації продукції, економічне суперництво між відособленими товаровиробниками або постачальниками за найбільш вигідні умови збуту». Класики політичної економіки А. Сміт і Д. Рікардо відзначили, що конкуренція є змаганням заради прибутку.

Аналізуючи категорію «конкуренція», можна стверджувати, що ці поняття поєднують у собі такі якості, як наполегливість, витривалість, єдність конкурентних засад, динамічність та інноваційність. Водночас, конкуренцію можна визначити, як суперництво між окремими суб'єктами господарювання, які використовують будь-які засоби задля досягнення кращої позиції на ринку з метою відвоювання найвигідніших умов збуту та завоювання прихильності споживачів на основі переваг своєї продукції.

Слід зауважити, що на сьогодні не існує єдиного підходу до визначення категорії «конкуренція», проте безліч запропонованих понять «конкуренції», дають основну для дослідження сутності дефініції «конкурентоспроможність».

За умов великої кількості методологічних підходів до визначення поняття «конкуренція», визначення авторів є схожими та мають спільне уявлення суперництва. В цьому випадку при наявності різних наукових підходів до визначення сутності «конкурентоспроможність» існує розбіжність між ними. Це зумовлено тим, що вчені ототожнюють поняття конкурентоспроможність підприємства та конкурентоспроможність продукції (послуг), а також розгляд конкурентоспроможності на різних рівнях: підприємство, галузь, країна.

Наприклад, І.З. Должанський визначає конкурентоспроможність, як «здатність стрімко виробляти продукцію високої якості та в достатній кількості у порівнянні з аналогічними об'єктами на даному ринку», а Азоев Г.Л. приділяє основну увагу фінансовій стороні підприємства, тобто можливість ефективно розпоряджатися власними й позиковими ресурсами в умовах конкурентного ринку.

Однак, більшість вчених намагаються об'єднати в одну категорію поняття «конкурентоспроможність підприємства» та «конкурентоспроможність продукції», на нашу думку, це є не зовсім вірно, оскільки буде доцільним розглядати ці два поняття у конкретних середовищах та враховувати різні фактори впливу на них для детального дослідження цих категорій.

Поняття «конкурентоспроможність підприємства» є досить складним та не має загального визначення. Деякі науковці вважають, що визначальним є здатність ефективного розпоряджатися власними та позиковими ресурсами для здійснення ефективної господарської діяльності в умовах конкурентного ринку. Інші вчені визначають «конкурентоспроможність підприємства», як рівень компетентності порівняно з іншими підприємствами-конкурентами. Наразі, конкурентоспроможність означає суперництво за досягнення найкращих результатів, яке неможливе без ефективного використання всіх наявних ресурсів, які в свою чергу залежать від персоналу підприємства, його інтелекту, здібностей, досвіду роботи та кваліфікації, а також виробництві та реалізації конкурентоспроможної продукції її просування на ринку, відповідність вимогам споживачів та ведення ефективної господарської діяльності, що дозволить приносити більші прибутки.

Загалом, досліджуючи різні поняття «конкурентоспроможності підприємства» можна зробити висновок: по-перше – саме здійснення та забезпечення ефективної господарської діяльності є вирішальним аспектом в перевазі одного суб'єкта господарювання над іншим суб'єктом-конкурентом; по-друге – конкурентоспроможність є головним вимірником успішної діяльності підприємства.

**М.Б. Качор, магістрант, гр. ЕПМ-15, ФЕМ**  
**Науковий керівник – к.е.н., доц. О. О. Юшкевич**  
*Житомирський державний технологічний університет*

## **КОНКУРЕНТНА СТРАТЕГІЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ**

Сучасний етап розвитку економіки характеризується посиленням ринкової конкуренції та стрімким зростанням значення інноваційної складової в діяльності підприємства. Оскільки інновації в сучасному суспільстві є головним джерелом конкурентних переваг підприємства, незалежно від форми його власності та галузевої належності, питання підвищення інноваційної активності підприємства набуває особливої актуальності.

В Україні розвиток залізниці відбувається за рахунок відновлення старої технічної бази і завантаження вільних виробничих потужностей.

Структура управління залізничним транспортом, стан виробничо технічної бази залізниць і технологічний рівень організації перевезень за багатьма параметрами не відповідають зростаючим потребам суспільства та європейським стандартам якості надання транспортних послуг, перешкоджають підвищенню ефективності функціонування галузі та потребують реформування.

Залізнична галузь України впевнено рухається шляхом реформ за допомогою впровадження системи заходів. На даному етапі на залізниці інноваційна діяльність здійснюється шляхом реформування залізничного транспорту. Реформи здійснюються відповідно до Державних цільових програм реформування залізничного транспорту.

Наразі Українська залізниця провадить транспортну реформу 2010-2019 рр., затверджену постановою КМУ та планами імплементації деяких актів законодавства ЄС у сфері залізничного транспорту. Метою Програми є створення нової організаційно-правової та економічної моделі управління залізничним транспортом, розвиток конкурентного середовища на ринку залізничних послуг, підвищення ефективності його функціонування, задоволення потреб національної економіки і населення в перевезеннях, покращення їх якості та зменшення розміру транспортної складової у вартості товарів і послуг. На виконання окреслених заходів було виділено 1846,46 млн. грн. бюджетних коштів.

Проте, на наш погляд, державні кошти витрачаються не раціонально та неефективно. На категоричність даної думки вплинуло ряд причин, які були виявлені у процесі діагностики стану інноваційної діяльності одного із підприємств Південно-Західної залізниці – Житомирської дистанції колії.

ВВП ПЗЗ «Житомирська дистанція колії», як і інші підприємства залізничної галузі, є підприємством державної власності і інноваційна діяльність здійснюється не опосередковано, а на вищих ланках керівного апарату, тобто, на рівні Південно-Західної залізниці та Української залізниці загалом. Один із найбільш проблемних аспектів розвитку інноваційної діяльності Житомирської дистанції колії на сьогодні є невизначеність інституційних засад формування інноваційної системи, не створено сприятливих умов для розвитку інновацій.

Відсутність досконалого нормативно-правового регулювання інноваційного розвитку як у Житомирській дистанції колії, так і в усіх вітчизняних підприємствах, зумовила технічну й технологічну відсталість багатьох галузей економіки. Найбільш незадовільним та актуальним у Житомирській дистанції колії є проблеми надмірного зношування колії, застаріле вимірювальне та ремонтне обладнання та застосування ручної праці, в той час, коли дані роботи можна автоматизувати. Так, фізична зношеність основних засобів Житомирської дистанції колії становить понад 80 %, у т. ч. тягового рухомого складу – 94,2 %, колійного господарства – 86 %. Найбільш розвинутим напрямом у здійсненні інноваційної діяльності у Житомирській дистанції колії є організаційно-управлінська складова інноваційного потенціалу.

Слід зауважити, що на більшості підприємств залізничної галузі, капітальний ремонт колії відбувається із значним застосуванням ручної праці monterів, тобто, є дуже трудомістким та затратним у часі. При проведенню аналізу, було виявлено, що пристрої, що застосовуються при ремонті колійних ліній є застарілими, а термін їх корисного використання давно вийшов.

Дані прилади не можуть функціонувати без прикладання людської праці (монтери колії штовхають вимірювальні пристрої, а ті – виконують вимірювання). Ремонт колії як поточний, так і капітальний здійснюється також робочою силою.

В ході аналізу ВВП ПЗЗ «Житомирська дистанція колії» було виявлено, що до здійснення процесу капітального ремонту колії завдовжки 1 км до роботи залучаються монтери колії, бригадири, майстри ділянок, машиністи ДГКУ та РОМ-3. Загальна кількість осіб, залучена до ремонту колії складає 21 особа. Капітальний ремонт 1 кілометру колії за участі трудового персоналу здійснюється за 14 днів. Витрати на

оплату праці становлять 60447,59 грн. У розвинутих країнах та країнах Європи роботи капітального ремонту колії здійснюються повністю із застосуванням машин, новітніх засобів, які мінімізують затрати ручної праці. Так, наприклад, в Австрії, до процесу ремонту 1 км колії залучається 3 монтери, 1 бригадир та 3 машиністи, а робота виконується за 3 дні в залежності від території, де здійснюються роботи.

Вважаємо, що стратегічним, перспективним напрямом підприємства є розвиток виробничої складової інноваційного потенціалу за рахунок: техніко-технологічної модернізації та оновлення виробничих потужностей залізничного транспорту, його інноваційної інфраструктури; підвищення якісного рівня технологічних процесів; впровадження баз експериментальних випробувань інноваційних розробок.

Як показав аналіз ВВП ПЗЗ «Житомирська дистанція колії», інновації на даному підприємстві – явище, скоріш за все, виняткове, ніж планове. На основі проведеного аналізу, за допомогою індуктивного методу, можна зробити висновок, що і на інших підприємствах залізничного транспорту, інноваційна діяльність не здійснюється через відсутність фінансування. Тому, з метою забезпечення зростання ефективної діяльності підприємств даної галузі доцільно запровадити таке нововведення як купівля залізнично-будівельної машини «РМ-80».

Залізнично-будівельна машина «РМ-80» призначена для механізованого очищення від забруднення щебеневого баласту колії і стрілкових переводів, транспортування (переміщення) щебеню знову в колію або у вагон, або на узбіччя з повною вирізкою баласту та укладки очищення щебеню в колійну решітку.

Для управління РМ-80 необхідні такі спеціалісти: старший машиніст (виконує обов'язки начальника машини) – 8 розряд; два машиністи — 7 розряд; два машиністи — 6 розряд (помічники). За технічний стан машини і охорону праці несе відповідальність старший машиніст.

При відсутності спеціалістів відповідних розрядів, проблему можна вирішити, відправивши машиністів нижчих розрядів на курси підвищення кваліфікації у навчальні заклади, де здійснюється підготовка таких спеціалістів. Наприклад, на базі Дніпровського коледжу транспортної інфраструктури.

При впровадженні залізнично-будівельної машини РМ-80 відбудеться зростання продуктивності праці по підприємству в цілому. Це зумовлено більш високою продуктивністю залізнично-будівельної машини, а також значним скороченням чисельності працівників, зайнятих на ремонті та технічному обслуговуванні машини.

Із придбанням залізнично-будівельної машини «РМ-80» всі ручні роботи, які виконуються працівниками, залученими до ремонту колії, нівелюються, а капітальний ремонт стане повністю автоматизованим та механізованим. При введенні колійної машини «РМ-80» кількість операцій, яка здійснюється людьми значно зменшиться. Загальна тривалість капітального ремонту за виконання ремонту монтерами становила 2203,8 людино-годин, а при введенні «РМ-80» - 254,2 людино-годин. Тобто, відбудеться скорочення часу на ремонт майже у 9 разів.

При введенні колійної машини «РМ-80» зникає потреба у 15 працівниках. Так як на підприємствах залізничної галузі є дефіцит робочого персоналу, зокрема монтерів, а державних замовлень на будівництво колії багато, то працівників, які брали участь у ремонті колії доцільно буде переорієнтувати на будівництво нових колійних шляхів.

На даний момент, в Україні планується переведення колійних ліній на вузькоколійні відповідно до міжнародних стандартів, що пов'язано з євроінтеграцією та глобалізацією. Тому вивільнених монтерів слід буде залучити до будівництва нової, сучасної колії.

Вартість колійної машини «РМ-80» становить 27 696 000,00 грн. Машину можна буде експлуатувати не лише в межах одного підприємства, а в усіх регіонах Української залізниці.

Звівши калькуляцію витрат на відновлення та ремонт колії (1 км) ВВП ПЗЗ «Житомирська дистанція колії», було встановлено, що загальні витрати на капітальний ремонт колії із застосуванням автоматизованої будівельно-колійної машини «РМ-80» складають 195 225,16 грн., а із застосуванням ручної праці – 330 001,2 грн.

Тобто, при купівлі «РМ-80» Житомирська дистанція колії зможе економити 134 776,04 грн на кожному кілометрі. У ВВП ПЗЗ «Житомирська дистанція колії» потреба у капітальному ремонті складає 487,55 км колійної лінії. Отже, таким чином, при ремонті 487,55 км колії Житомирська дистанція колії зможе заощадити 65 710 058, 302 грн.

Отже, в умовах глобалізації і стрімкого формування нового суспільства, ключовою конкурентною стратегією державної політики повинен стати перехід до інноваційного шляху розвитку країни, оскільки порівняно з іншими видами транспорту, залізниця розвивається занадто повільно, так як в цьому сегменті не вистачає державного фінансування.

В умовах клімату, який змінюється, залізниця могла б відіграти важливу роль, так як залізнично-дорожні перевезення є найбільш екологічними, а цифрові технології могли б допомогти значно знизити вартість таких перевезень.

**О.В. Коваленко, магістрант, гр. ЗЕП-17м, ФЕМ**  
Науковий керівник – к.е.н., доц. К.О. Бужимська  
Житомирський державний технологічний університет

## НАПРЯМКИ ПОКРАЩЕННЯ УПРАВЛІННЯ ОБОРОТНИМИ АКТИВАМИ ПІДПРИЄМСТВ

Управління оборотними активами являється важливою складовою загальною системою управління фінансами підприємств і полягає у прийнятті та реалізації управлінських рішень щодо формування та обігу оборотних активів з обов'язковим взаємозв'язком з управлінням джерелами їх формування. Висока питома вага оборотних активів у структурі майна підприємств свідчить про те, що саме через управління цією частиною господарських активів можна знайти значні резерви економії та прибутковості вкладеного капіталу. Головним завданням компетентного та результативного управління фінансами підприємства є оптимізація форм і джерел фінансування оборотних активів. Приймаючи управлінські рішення керівництво підприємства повинне керуватися концепцією управління оборотними активами, якою встановлюються сутність, цілі, об'єкти, функції, принципи та методи управління.

На стратегічну та поточну ефективність оборотного капіталу впливає співвідношення джерел його фінансування. Якщо при незмінному обсязі короткострокових (поточних) зобов'язань буде зростати величина власних джерел і довгострокових позик, то фінансова стійкість і платоспроможність будуть зростати, але знижуватиметься ефективність використання власного капіталу. Навпаки, за незмінної величини власного капіталу і довгострокових зобов'язань зростання суми короткострокових позик у формуванні оборотного капіталу призведе до скорочення суми чистого робочого капіталу. При цьому може бути досягнуто стратегічне збільшення ефекту фінансового важеля, але через зростання обсягу поточних зобов'язань та збільшення частоти виплат боргу буде знижуватися фінансова стійкість та платоспроможність у короткостроковому періоді.

Структурне управління оборотними активами як об'єктами вкладення оборотного капіталу також уможливорює збалансування стратегічних та тактичних інтересів підприємства. Додаткове залучення оборотного капіталу може підвищувати поточну або перспективну ефективність залежно від того, як будуть розподілені ці кошти в структурі оборотних активів. Так, підвищення питомої ваги товарних запасів та дебіторської заборгованості може забезпечити високий рівень рентабельності, але спричинить зростання ризику втрати ліквідності. Збільшення частки грошових коштів зменшує ризик ліквідності, але не сприяє підвищенню кінцевого результату діяльності.

Від нормування оборотних активів залежить ефективність їх використання. Як дефіцит, так і надлишок товарно-матеріальних цінностей та незавершеного виробництва призводить до неефективної виробничої діяльності, порушення нормального робочого циклу підприємства, тобто призводить до зменшення ефективності їх використання, що впливає на показники їх оборотності, а це, в свою чергу, впливає на загальний показник оборотності оборотних активів.

Заниження розмірів оборотних активів може призвести до затримки в постачанні сировиною і матеріалами і, як наслідок, – збільшення тривалості виробничого циклу і зростання витрат; зменшення обсягу виробництва тощо. Надлишок призводить до нагромадження надмірних запасів сировини та матеріалів, що призводить до зростання витрат на зберігання надлишків запасів.

Отже, вибір оптимальної структури оборотних активів та джерел їх фінансування визначає співвідношення між рівнем ефективності використання капіталу та фінансовою стійкістю і платоспроможністю підприємства.

Організаційні концептуальні положення щодо управління оборотними активами – це:

- побудова ефективної структури підприємства, яка створить умови для максимізації співвідношення результатів реалізації управлінських рішень з витратами на їх розробку та прийняття;
- управління оборотними активами за центрами відповідальності, що передбачає делегування частини централізованих повноважень з прийняття рішень на нижчі рівні управління;
- автоматизація процесів аналізу інформації, розробки управлінських рішень та контролю результативності їх реалізації, ступінь якої залежить від складності вирішуваних задач, термінів їх виконання та рівня затрат на запровадження інформаційних технологічних систем.

Досягнення стратегічної і тактичної мети управління оборотними активами підприємства передбачає дотримання певних критеріїв управління - підвищення ліквідності, рентабельності, оборотності. Оцінюючи відповідні фінансові коефіцієнти використання оборотного капіталу, необхідно враховувати величини відхилень їх значень від тренду, чим і визначається ефективність управління.

Підсумовуючи вищезазначене, слід зазначити, що сформовані концептуальні основи управління оборотними активами на підприємстві враховують особливості кругообігу капіталу в цій сфері діяльності. Прийняття управлінських рішень спрямовано на реалізацію кінцевої мети - забезпечення ефективної комерційної діяльності за найвищого рівня ліквідності та платоспроможності підприємства.

## ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ АМОРТИЗАЦІЇ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ПІДПРИЄМСТВА

Ефективне управління підприємством та безперервний процес виробництва неможливі без раціонального використання основних засобів, адже вони безпосередньо впливають на результати господарської діяльності підприємства. Основні засоби становлять технічну передумову будь-яких бізнес-процесів, формуючи відтак базис для функціонування підприємства. Тому розробка засад ефективного їх використання та відтворення виступає вагомим передумовою забезпечення стійкості та конкурентоспроможності розвитку і функціонування суб'єктів господарювання. При цьому важливе місце у загальній політиці управління основними засобами належить амортизаційній складовій.

Основні засоби використовують у довгостроковій перспективі, водночас, вони не можуть служити підприємству довічно внаслідок процесів зношення. Зношення основних засобів можна зрозуміти як їх старіння. Знос буває як фізичний, так і моральний. Під фізичним зносом розуміють зміну властивостей основних засобів, таких як вид та якість матеріалу, конструкція, продуктивність, швидкість тощо. Розмір фізичного зносу залежить від різних чинників: безпосередньо основних засобів, тобто від того, з чого вони зроблені, а саме з якого матеріалу та наскільки якісно, від того, наскільки вправно на них працювали та чи додержувалися правил експлуатації та інше.

Фізичний знос також можна поділити на два види, а саме на фізичний частковий та фізичний повний знос. Фізичний частковий знос означає, що основні засоби, які використовувалися та частково зносилися, можна відремонтувати, тобто фізичний частковий знос можна усунути. Фізичний повний знос такої можливості не має, тому що це означає, що основні засоби зносилися повністю і ремонту та експлуатації не підлягають. У такому випадку основні засоби, що повністю зносилися, підлягають ліквідації та повній заміні їх новими.

Моральний знос основних засобів спостерігається тоді, коли обладнання, яке використовують на підприємстві, вже економічно неефективне, тобто основні засоби ще можуть бути використані, але внаслідок науково-технічного прогресу вони знецінюються в порівнянні з новими та більш продуктивними в експлуатації машинами. Моральний знос поділяється на: технологічний (втрата вартості об'єкта основних засобів відбувається в результаті досягнень науково-технічного прогресу); функціональний (пов'язаний із зниженням вартості основних засобів внаслідок невідповідності функціональних параметрів порівняно із винайденими новими зразками техніки та обладнання); економічний (втрата вартості об'єкта основних засобів відбувається внаслідок зміни кон'юнктури ринку).

Зношення основних засобів підприємства обумовлює необхідність їх відтворення. У свою чергу, одним з ключових інструментів відтворення основних засобів є амортизаційна політика підприємства.

Амортизація – це перенесення вартості основних засобів на вартість виготовленої продукції. Величина амортизаційних відрахувань показує ступінь зносу об'єктів основних засобів. Варто відзначити, що амортизація та знос – це абсолютно різні поняття. Знос – це поступова втрата основними засобами своїх властивостей, а амортизація – це поступове перенесення вартості основних засобів на виготовлену продукцію. В процесі нарахування амортизації відбувається повернення в обіг вилучених в свій час грошових коштів або інших активів підприємства, витрачених на придбання (виготовлення, поліпшення, отримання як внесок до статутного капіталу) основних засобів і нематеріальних активів. Ці кошти надходять підприємству у складі виручки та зберігаються у амортизаційному фонді для подальшого їх використання у відтворенні вартості основних засобів.

Амортизаційна політика є однією із важливих частин загальної політики управління діяльністю промислового підприємства, що спрямована на поступове оновлення основних засобів з експлуатацією їх у процесі виробничої діяльності. Поняття «амортизаційна політика підприємства» змістовно включає у себе процеси планування, нарахування та використання амортизаційних відрахувань. З іншого боку, амортизаційна політика забезпечує управління відтворенням основних засобів, зростання технічного рівня виробництва, уникнення надмірного зносу активної частини основних засобів, вдосконалення видової, технологічної і вікової структури основних засобів, нарощення основного капіталу і обсягів виробництва продукції, підвищення продуктивності праці і зниження собівартості продукції, максимізацію прибутку і активізацію інвестиційної діяльності підприємства.

Отже, амортизаційна політика підприємства посідає важливе місце у загальній системі управління підприємством, що висуває відповідні вимоги до її формування та організації на підприємстві. Раціонально побудована амортизаційна політика формує вагомий підґрунтя для забезпечення ефективності діяльності підприємства в цілому.



**А.А. Корнійчук, ст. викладач кафедри економіки та підприємництва**  
*Житомирський державний технологічний університет*

### **АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Швидкий розвиток ринкових відносин, зміни в інституціональній структурі економіки України створили нове середовище для здійснення комерційних зусиль сучасних підприємств, які діють як у виробничій, так і в невиробничій сферах. Об'єктами комерційної діяльності є товари і послуги. Комерційна діяльність в сфері надання послуг орієнтована на формування іміджу підприємства та встановлення постійного кола клієнтів. Комерційна діяльність в сфері товарного обороту направлена на формування доходу і прибутку шляхом задоволення споживчих потреб.

Таким чином, торгівля є тим елементом діяльності підприємства, який задовольняє попит та формує загальний економічний ефект. Цілі і завдання комерційної діяльності розкриває комплекс заходів пов'язаний з рухом товарів від виробника до споживача. Основними цілями комерційної діяльності підприємства є: формування партнерських зв'язків із постачальниками і покупцями; аналіз обсягів і витрат по закупівлі товарів; формування асортименту продукції у відповідності до встановленого попиту; формування закупівельної і збутової політики з урахуванням ринкових умов; розвиток існуючих та пошук нових ринків збуту продукції; пошук способів зменшення витрат обороту товарів.

Комерційна діяльність є складовою господарської діяльності тих підприємств, які власну виготовлену продукцію реалізують споживачам, тих, які здійснюють закупівлю товарів для подальшого продажу і тих, які спеціалізуються на роздрібній торгівлі. На основі державної статистичної інформації визначено динаміку показників ефективності діяльності оптових і роздрібних торговельних підприємств. Протягом 2012-2016 рр. показники мають нестійку динаміку, рентабельність операційної діяльності зростає, проте ефективність використання активів зменшується. Аналіз сучасних досліджень в сфері комерційної діяльності торговельних підприємств дав можливість виокремити особливості торговельної діяльності виробників товарів, оптових посередників та роздрібних торговельних підприємств. Враховуючи особливості функціонування підприємств виокремимо перешкоди діяльності та подальші перспективи їх розвитку.

Проблеми розвитку виробників товарів і послуг, щодо налагодження своєї комерційної діяльності, пов'язані з відсутністю фінансової можливості організувати власні точки реалізації продукції. Користуючись послугами торговельних посередників кінцева ціна на виготовлену продукцію зростає. Таким чином цінова стратегія підприємства-виробника коригується, кінцевий споживач купує продукт ціна на який значно вища за його реальну вартість. Існуюча конкурентна боротьба, наявні проблеми розвитку призводять до зниження попиту на виготовлену продукцію і втрати виробником надходжень від реалізації.

Проблеми розвитку комерційної діяльності оптових підприємств пов'язані з недостатністю власних фінансових ресурсів для розвитку матеріально-технічної бази і невідповідністю системи кредитування з існуючими можливостями. Обмеженість складських приміщень та складської обробки товарів сприяє формуванню вузької спеціалізації (за товарним асортиментом, функціональним спрямуванням, за набором послуг) і невідповідності пропонованих товарів і послуг вимогам клієнтів.

Щодо проблем та особливостей функціонування роздрібних торговельних підприємств необхідно зазначити, що на сьогоднішній день їх діяльність характеризується відмовою від встановленої спеціалізації та типізації торговельних об'єктів та пошуком оптимального товарного профілю кожного самостійного суб'єкта торговельної діяльності. Це створює проблеми пошуку покупцями потрібних товарів у чисельній мережі різноманітних магазинів, формує складнощі для формування оптимальної моделі роздрібно-торговельної мережі на території окремих регіонів. Значну конкуренцію створює роздрібним торговельним підприємствам неупорядкована вулична торгівля, яка, в більшості випадків, не дотримується правил торгівлі товарами споживчого призначення, реалізовує товари-фальсифікати і не здатна гарантувати якість товарів і захист прав споживачів.

Встановлені особливості комерційної діяльності за видами торговельних підприємств дали змогу сформулювати актуальну проблематику та подальші перспективи їх розвитку. Спільними проблемами розвитку комерційної діяльності торговельних підприємств є відсутність достатньої кількості фінансових ресурсів для забезпечення потреб процесів реалізації, низька ділова активність партнерів, недотримання конкурентами правил торговельної діяльності. Спільними перспективами розвитку комерційної діяльності є використання стратегічного управління для визначення цільових ринків збуту, покращення комунікаційної політики, підписання договорів на взаємовигідних умовах, активізація ділової активності, вкладання інвестицій у розвиток матеріально-технічної бази.

**В.О. Кучменко, ст. викладач кафедри економіки та підприємництва**  
**О.М. Гарбарчук, магістрант, гр. ЗЕП-17м, ФЕМ**  
*Житомирський державний технологічний університет*

### **СТРАТЕГІЯ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ВИРОБНИЦТВА, ЯК МЕХАНІЗМ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ АГРОПРОМИСЛОВИМ ПІДПРИЄМСТВОМ**

В умовах сучасних ринкових відносин, зростання конкуренції, підприємствам все важче стабільно функціонувати. Щоб покращити економічні та фінансові результати, вони використовують різні шляхи подальшого розвитку, в тому числі і диверсифікацію. Саме впровадження стратегії диверсифікації дає змогу підприємству: забезпечити прибуток, стабільність і стійкість підприємства у майбутньому, зменшити рівень підприємницького ризику, обмежити залежність підприємства від постачальників ресурсів і комплектуючих виробів, посилити конкурентоспроможність. Диверсифікація діяльності підприємства – означає оновлення і товару, і ринку підприємства одночасно, вихід за межі основного бізнесу, яким підприємство займалось досі, проникнення в нові галузі та сфери економіки. З кожним роком аграрний ринок стає все більше конкурентним, з'являються «великі» гравці (компанії з національним та міжнародним покриттям), тому питання диверсифікації набуває все більшої актуальності.

Питання, пов'язані з трактуванням сутності стратегії диверсифікації здійснили ряд зарубіжних авторів таких як, зокрема, Дж. Уелс, Р. Леман, Г.Марковіцем, І. Ансофф, М. Портер, П.В. Друкер, Ф. Котлер, Р. Фатхутдинов. Внесок стратегії диверсифікації на розвиток промислових підприємств висвітлені в працях вітчизняних вчених таких як Т. Алімова, Ю.А. Курганов, Є. Новицький, О. Цогла, М. Корінько, В. Андрійчук, Г.О. Пересадько, Є. Єсінара, М.Горта, М. Міньковська. Їх роботи присвячені окремим питанням дослідження диверсифікаційних процесів на прикладі окремих підприємств та регіонів.

Базовою складовою системи управління диверсифікаційними процесами є керуючий вплив. Його доцільно класифікувати за ознаками характеру впливу та ступеня участі в ньому суб'єкта. За характером керуючий вплив може бути прямим (внутрішнім), здійснюваний безпосередньо керівництвом підприємства, та опосередкованим (регламентуючим, зовнішнім), що реалізується через політику держави й окремі чинники зовнішнього середовища. Ступінь впливу макросередовища на різні підприємства неоднаковий, що обумовлюється відмінностями як у галузях діяльності, так і внутрішньому стані (потенціалі) підприємств.

Разом з тим, макросередовище визначає загальні умови функціонування сільськогосподарських підприємств, атмосферу бізнесу, впливає на чинники мікросередовища та через них (опосередковано) – на розвиток підприємства через коригування стратегічних цілей і, відповідно, стратегії підприємства, а отже потребує своєчасного реагування.

Виходячи з об'єктивності та незворотної дії процесу глобалізації економіки, у працях західноєвропейських дослідників формується якісно новий підхід до диверсифікації виробництва, суть якого полягає у передислокації ресурсів на нові види сільськогосподарської та несільськогосподарської діяльності, створення нових можливостей для кращого використання робочої сили, збільшення прибутків домашніх господарств та підвищення рівня життя фермерів.

У широкому сенсі, процес диверсифікації не лише охоплює структуру виробництва, але й інвестиційну діяльність, підготовку робочої сили, формування системи ділового зарубіжного партнерства та виступає у якості об'єктивного економічного закону підвищення ефективності економіки в умовах глобалізації продовольчих ринків, для яких характерними явищами є висока динамічність розвитку та мінливість кон'юнктури.

Диверсифікація є правильною стратегією, коли підприємство прагне до збільшення прибутку і зменшення ризиків. Але отримання прибутку на диверсифікованих підприємствах залежить від уміння оцінювати і спрогнозувати ризики, що становлять загрозу виникнення наслідків дії диверсифікації у кінцевому вираженні - недоотримання прибутку, втрату ринків збуту та сировини, втрату фінансових ресурсів порівняно з прогнозованим варіантом.

До того ж, якщо диверсифікацію розглядати як процес освоєння підприємством нових видів продукції, нових напрямів діяльності, нових ринків, можна констатувати, що диверсифікація є процесом реалізації потенціалу певних інновацій з метою збільшення рівня економічної та соціальної ефективності своєї діяльності в умовах мінливої ринкової ситуації.

Успішно функціонуюче в даний момент підприємство постійно ризикує втратити перспективи для свого розвитку в майбутньому. Саме тому стратегія диверсифікації у сукупності з інноваціями є об'єктивною необхідністю для сучасних компаній аграрного сектору.

**В.О. Кучменко, ст. викладач кафедри економіки та підприємництва**  
*Житомирський державний технологічний університет*  
**М.А. Кучменко, начальник циклу загальноправових дисциплін**  
*ДУ «Житомирський навчальний центр підготовки поліцейських»*

## РЕФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ПІЛЬГ НА ПАСАЖИРСЬКІ ПЕРЕВЕЗЕННЯ

Державна підтримка соціально незахищених верств населення в Україні є одним із елементів соціальної політики, яка започаткована та реалізується керівництвом країни. Враховуючи сучасні тенденції розвитку пострадянських держав, а також світовий досвід, актуальним питанням є оптимізація механізму соціальної підтримки з метою створення ефективнішої та дієвішої системи соціального захисту вразливих категорій громадян. Таким чином будуть створені умови для активного інвестиційного розвитку суб'єктів господарювання, які надають послуги пільговим категоріям громадян.

Однією з важливих категорій у цивільному законодавстві України є належне правове регулювання перевезень на пасажирському транспорті, законодавче регулювання порядку перевезень громадським пасажирським транспортом, а також регулювання відповідальності при здійсненні перевезень.

Європейське транспортне право грає надзвичайно важливу роль для вдосконалення Українського транспортного законодавства та встановленню відносин щодо транспортних перевезень. Договірні відносини Української держави з країнами – членами ЄС у транспортній сфері, вимагають адаптації законодавства України до міжнародно-правових актів, які регламентують діяльність у сфері транспортних перевезень, зокрема перевезень пасажирів.

Відповідно до статті 1 Конституції Україна визнана соціальною державою, тому система пільг залишається однією із важливих складових загальнодержавної політики, спрямованої на вирішення завдань, пов'язаних із забезпеченням соціально-збалансованого перерозподілу доходів громадян.

Проблеми та особливості формування ефективної соціальної політики в частині підтримки найбільш уразливих верств населення країни досліджувалися О.В. Макаровим, Л.М. Черенко, І.С. Морозовою, С.С. Алексєєв, А.Г. Биков, М.І. Брагінський, В.В. Вітрянський, Г.С. Гуревич, О.В. Дзера, А.С. Довгерт, В.А. Єгізаров, О.О. Карлов, А.Д. Кейлін, Н.С. Ковалевська, В.В. Луць, О.Л. Маковський та іншими.

Проблемою сучасного суспільства залишається той факт, що система соціальної підтримки населення України формувалася в часи становлення незалежності держави. Сьогодні ця система є надмірно складною та непрозорою, охоплює все населення, незалежно від рівня доходів громадян. Основними проблемами чинної системи пільг є:

- низька адресність при наданні соціальної підтримки, або взагалі її відсутність при наданні певних послуг – наприклад, перевезенні пасажирів громадським пасажирським транспортом;
- наявні механізми субсидій побудовані на недостатньо обґрунтованих нормах споживання послуг або такі норми відсутні (норми транспортної рухомості);
- обмежені можливості бюджетів усіх рівнів щодо надання субвенцій перевізникам, які втрачають доходи через надмірно розгалужену систему пільг та перевезення пільгових категорій населення, несвоєчасне та не у повному обсязі отримання субвенцій;
- нерівномірний рівень доступу до пільг – транспортними пільгами можуть користуватися далеко не всі категорії громадян, особливо, це стосується, громадян з обмеженими фізичними можливостями та мешканців сільської місцевості;
- незавершеність формування та недосконалість єдиної бази даних (Єдиного державного реєстру) щодо осіб, що мають право на пільги.

Сьогодні різноманітними пільгами в Україні користується майже 50% громадян (включаючи членів сімей пільговиків, на яких розповсюджуються окремі пільги), що передбачено більш ніж 50 законодавчими актами України. Пільги на проїзд у громадському транспорті регулюються більш ніж 30 законодавчими актами, зокрема й тими, що надаються за соціальною та професійною ознаками.

Загалом кількість електронних справ в Україні, створених нині в Єдиному державному автоматизованому реєстрі осіб, які мають право на пільги, складає 13,1 млн. (тільки пільговиків без членів сімей). Більше ніж 40% населення України користується сьогодні правом на пільги при перевезеннях громадським пасажирським транспортом. Таке право передбачає для громадян пільгових категорій (а в окремих випадках – також і осіб, що їх супроводжують) безоплатний проїзд у міському та приміському сполученні без обмеження кількості поїздок, і певні умови щодо кількості та вартості проїзду міжміським транспортом для окремих категорій пільговиків залежно від їхнього статусу. Пенсіонери за віком (більше 36%), діти війни (більше 21%) та ветерани праці (більше 17%) складають найчисленніші групи за категоріями отримувачів пільг.

У зв'язку з відсутністю достовірного обліку кількості поїздок громадян пільгових категорій громадським транспортом у міському сполученні, відсутністю норм транспортної рухомості для таких

категорій громадян, обмеженістю можливостей державного та місцевих бюджетів (окремі категорії громадян – школярі, студенти, працівники транспортних підприємств – користуються правом безоплатного проїзду за рахунок коштів місцевих бюджетів чи інших – наприклад, транспортних підприємств), незавершеністю формування єдиної бази даних щодо осіб, що мають право на пільги на автомобільному транспорті, як і на інших видах громадського пасажирського транспорту, мають місце проблеми, пов'язані з невчасним та не в повному обсязі відшкодуванням автомобільним перевізникам втрат їхніх доходів при перевезенні пільгових категорій громадян.

Ця проблема багато років залишається невирішеною, що ускладнює фінансову ситуацію перевізників та спричиняє низьку ефективність їхньої господарської діяльності. Крім того, недосконалість чинної системи компенсацій перевізникам і необхідність переходу на адресні дотації проявляється у тому, що не всі громадяни (особливо в сільській місцевості та з обмеженими фізичними можливостями) можуть фактично реалізувати своє право на пільги щодо перевезень автотранспортом.

Вирішення завдання переходу до адресних дотацій потребує розробки стратегічних засад щодо здійснення таких заходів, визначення щорічних прогнозованих обсягів фінансових ресурсів для забезпечення надання адресних дотацій, обґрунтування норм споживання транспортних послуг для окремих категорій громадян, а також достатнього часу для широкого ознайомлення громадян та підготовки суспільної думки щодо доцільності й обґрунтованості такого переходу. Стратегічними пріоритетами щодо удосконалення механізму надання соціально значущих послуг громадським пасажирським транспортом, за висновками більшості фахівців, є:

- розроблення та затвердження соціально й економічно обґрунтованих розрахункових норм транспортної рухомості за видами сполучення (міське, приміське) із розрахунку на одну особу;
- оптимізація переліку категорій отримувачів пільг, зокрема за професійною ознакою та переліку умов щодо отримання пільг (адекватне підвищення рівня доходів працюючих пільговиків та використання непрямих методів оцінювання май нового стану претендентів на одержання пільг);
- визначення обсягів бюджетних видатків для надання пільг у грошовому виразі;
- розроблення та запровадження узгодженого для всіх видів громадського пасажирського транспорту (автомобільний транспорт, електротранспорт, метрополітени, залізничний транспорт) механізму та порядку надання пільг у грошовому виразі (переходу на адресні дотації громадянам замість компенсацій перевізникам).

Із метою визначення оптимальних підходів до реформування системи пільг є цінним досвід країн, які пройшли шлях до монетизації пільг, досягли в цьому певних успіхів та зазнали якихось невдач.

Наведені вище аргументи дають змогу стверджувати про обґрунтовану необхідність запровадження найближчим часом в Україні механізму заміни компенсацій перевізникам, які здійснюють перевезення пасажирів пільгових категорій, на адресну грошову допомогу громадянам, яким законодавчо надано право на пільговий проїзд громадським пасажирським транспортом.

Така необхідність обґрунтовується збитковим, часто критичним станом перевізників, які здійснюють перевезення пільгових категорій громадян і працюють за регульованими тарифами, а також, з іншої сторони, неможливістю окремих категорій пільгових громадян, особливо інвалідів, мешканців невеликих населених пунктів та сільської місцевості, реалізувати визначене законодавством право на пільги.

Першим кроком на шляху реформ є розроблення порядку розрахунку та застосування норм споживання транспортних послуг, у межах яких надаватиметься адресна грошова допомога (для реалізації права громадян на пільги при перевезеннях громадським пасажирським транспортом у міському та приміському сполученнях). Після отримання пропозицій і зауважень зацікавлених фахівців розроблений порядок направлений на розгляд до центральних органів виконавчої влади з ініціюванням щодо його погодження та подальшим направленням до зацікавлених організацій.

Наступним кроком на шляху реформ є розроблення порядку надання послуг пасажирського автомобільного транспорту для пасажирів, яким законодавчо надано право пільгового проїзду громадським пасажирським транспортом у міському та приміському сполученнях.

При запровадженні цих документів необхідно дотримуватися послідовної спільної політики щодо створення та впровадження норм транспортної рухомості для їх застосування в межах усієї системи громадського пасажирського транспорту загального користування.

Особливо важливу роль при запровадженні системи адресної грошової допомоги замість виплати компенсації перевізникам за втрати їхніх доходів при перевезенні громадян пільгових категорій є своєчасна масштабна підготовка суспільства до сприйняття ним зазначених реформ і обов'язковість збереження принципу соціальної справедливості при отриманні певних благ усіма членами суспільства.

Тільки у цьому випадку така реформа може бути сприйнятою громадськістю та сприяти подальшому ефективному розвитку держави.

**А.С. Літинський, магістрант, гр. ПВМ -2 , ФЕМ**  
**Науковий керівник – к.е.н., доц. О.О. Юшкевич**  
*Житомирський державний технологічний університет*

## **ЧИННИКИ ВПЛИВУ НА ЗРОСТАННЯ ПРОДУКТИВНОСТІ ПРАЦІ ПІДПРИЄМСТВА**

Ефективне використання робочої сили в умовах ринкових відносин є одним з головних напрямків покращення економічної діяльності підприємства. Це сприятиме зростанню доходу робітників та виробництву конкурентоспроможних товарів. Цього досягти можливо лише з підвищенням ефективності управління продуктивністю праці.

Продуктивність праці – співвідношення кількості товарів чи послуг і праці, затраченої на їх виготовлення. Зважаючи на те, чи це співвідношення пряме, чи обернене, розрізняють два показники – виробіток та трудомісткість. Зростання продуктивності праці можливе за рахунок збільшення часу роботи виробничих потужностей шляхом скорочення простоїв, введення в дію невикористаного устаткування (екстенсивно) та збільшення напруженості роботи, тобто збільшення енергії працівника, що витрачається на роботу (інтенсивно).

Аналіз рівня продуктивності праці необхідно починати з порівняння темпів підвищення матеріальної заінтересованості робітників і продуктивності праці. Граничні темпи підвищення реальної оплати праці не мають бути більшими за темпи зростання продуктивності праці.

Існують зовнішні і внутрішні чинники, що впливають на підвищення продуктивності праці. Їх можна поділити на три групи:

1. Соціальні чинники, такі як заробітна плата, премії, інші виплати (матеріальні фактори) та підвищення кваліфікації, можливість реалізувати себе (моральні фактори). Умови праці суттєво впливають на ставлення людини до праці, морально-психологічний клімат у колективі, його стабільність.

2. Технологічні чинники характеризуються засобами виробництва. До них належать використання новітніх технологій виробництва та використання кращої сировини.

3. Організаційні чинники. Утворення організаційної структури виробництва, яка зменшить витрати робочого часу на створення однієї одиниці виробу та забезпечуватиме ефективно завантаження усіх працівників підприємства.

На рівні окремого підприємства або організації, виділяють внутрішні і зовнішні чинники. Внутрішні чинники включають рівень технічної озброєності підприємства, ефективність технології, енергоозброєність праці, організацію праці і виробництва, дієвість вживаних систем стимулювання, навчання кадрів і підвищення кваліфікації, поліпшення структури кадрів та ін., тобто все те, що залежить від колективу самого підприємства та його керівників. Зміна внутрішніх чинників і характер їх впливу на рівень продуктивності праці дають змогу знайти й оцінити наявні резерви зростання продуктивності праці та організувати роботу з їх мобілізації. До зовнішніх чинників слід віднести: зміни асортименту продукції та її трудомісткості у зв'язку зі зміною державних замовлень або попиту і пропозиції на ринку; соціально-економічні умови; рівень кооперації; надійність матеріально-технічного постачання, природні умови.

Дослідження стимулюючого та деструктивного впливу чинників повинно бути виявлено в ході аналітичної роботи підприємства для визначення резервів зростання продуктивності праці.

Резерви підвищення продуктивності праці являють собою наявні на підприємстві можливості більш повного використання трудового потенціалу, а також факторів підвищення ефективності за рахунок впровадження передових технологій у виробництво продукції, покращення організаційної структури підприємства, удосконалення механізму управління.

Модернізація організації виробництва та науково-технічний прогрес нескінченні, так і резерви покращення продуктивності праці, тому в конкретній ситуації доцільно використовувати резерви, що дають максимальну економію праці та мінімізацію витрат.

Одним з найважливіших чинників підвищення продуктивності праці є модернізація структури кадрів, тобто співвідношення окремих груп працівників підприємства. Головним є співвідношення основного і допоміжного персоналу.

Тому, пошук і аналіз резервів підвищення продуктивності, на нашу думку, повинен ґрунтуватися на порівнянні інформації, одержаної під час вимірювання й оцінки досягнутого рівня продуктивності праці підприємства загалом та за окремими видами праці зокрема з наявною інформацією про максимально можливий рівень продуктивності праці на аналогічних роботах. Для пошуку резервів підвищення продуктивності праці необхідно заохочувати висококваліфікованих представників різних спеціальностей, що володіють фундаментальністю і широтою поглядів та вміють бачити перспективу.

**О.О. Любецька, магістрант, гр. ПВМ-2, ФЕМ**  
**Науковий керівник – к.е.н. К.С. Орлова**  
*Житомирський державний технологічний університет*

## **ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ ОБОРОТНИМИ АКТИВАМИ ВИРОБНИЧОГО ПІДПРИЄМСТВА**

За останні роки на промислових підприємствах сформувалася досить прогресивна система управління господарсько-економічною діяльністю, заснована не тільки на методології, відпрацьованій багатьма поколіннями вчених-економістів, на практичному досвіді фінансових менеджерів, а й на широкому використанні сучасних інформаційних технологій. Багато в чому цьому сприяла діяльність університетів, консалтингових фірм, співпраця із західними партнерами, передача успішного досвіду компаній світового рівня за допомогою навчання персоналу і т. д. Разом з тим, однією з основних економічних проблем багатьох промислових підприємств до сих пір є дефіцит оборотних коштів. Експертні оцінки консультантів і фахівців виробничих підприємств і об'єднань також свідчать про те, що одним з основних обмежень розвитку виробництва залишається нестача оборотних коштів.

Однією з причин дефіциту оборотних коштів є неефективна система управління оборотними активами підприємства. Управління оборотними активами становить найбільш велику частину короткострокової фінансової політики підприємства, оскільки саме поточні активи забезпечують платоспроможність і цільові фінансові результати діяльності підприємства. Складність управління цими активами пов'язана з наявністю великої кількості елементів і постійною трансформацією їх видів.

Дослідження складу, структури та джерел формування оборотних активів промислових підприємств України дозволило визначити, що найбільш проблемними для управління є такі групи оборотних активів як: виробничі запаси, поточна дебіторська заборгованість та грошові кошти, що аргументовано їх значною часткою у загальному обсязі оборотних активів та суттєвим впливом на формування показників платоспроможності та ділової активності промислових підприємств.

Вивчення особливостей діяльності промислових підприємств надало можливість ідентифікувати основні проблемні питання у сфері управління оборотними активами, а саме:

- недостатнє забезпечення діяльності підприємства оборотними активами внаслідок неефективної системи нормування;
- повільна оборотність оборотних активів;
- марнотратність оборотних активів на підприємствах;
- неекономне використання матеріальних ресурсів;
- використання застарілої техніки та технологічних процесів;
- проблема управління дебіторською заборгованістю;
- несвоєчасне повернення грошових коштів і виникнення збитків.

Однією з ключових проблем є недостатній рівень забезпечення виробничо-господарської діяльності підприємства оборотними активами внаслідок неефективної системи обґрунтування потреб у них та нормування. Оцінка потреби в коштах, що забезпечує оптимальний рівень поточних активів підприємства, є основою ефективного вирішення питання про схеми фінансування операційної діяльності підприємства і, відповідно, основою організації безперебійного виробничого процесу, що має забезпечити фінансове благополуччя підприємства.

Оборотні кошти складають частину оборотних активів і включають, крім коштів, призначених для відшкодування предметів праці, використаних в процесі виробництва і обігу, ще й кошти, необхідні для забезпечення функціонування трудових ресурсів і обороту основного капіталу. Тому для впорядкування і спрощення методів визначення потреби в оборотних коштах, слід окремо від оборотних виробничих фондів оцінювати потребу в коштах, які забезпечують регулярні виплати заробітної плати. Крім того, при розрахунку нормативу оборотних коштів з витрат на виробництво необхідно виділяти амортизаційні відрахування, оскільки ця величина, не збільшує, а навпаки, може зменшувати потребу в оборотних коштах.

Амортизаційні відрахування не є елементом реального відтоку коштів, в зв'язку з цим на забезпечення цього елемента собівартості продукції оборотних коштів не потрібно, і навіть навпаки, сума нарахованої амортизації може бути врахована як один з додаткових джерел фінансування оборотних коштів. Амортизаційні відрахування до використання їх за прямим призначенням є тимчасово вільними, і можуть служити власним джерелом фінансування оборотних коштів.

Для зростання ефективності виробництва і підвищення стійкості підприємства не менш важливе значення має моніторинг стану його оборотних коштів при стабільних зовнішніх і внутрішніх умовах виробничо-господарської діяльності та визначення нових або коригування діючих нормативів оборотних коштів при зміні цих умов.

Н.О. Максимчук, студ., IV курс, гр. ЕП-42, ФЕМ  
Науковий керівник – к.е.н., доц. Ущатовський Ю.В.  
Житомирський державний технологічний університет

## ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ МОДЕЛІ ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ ДОМАРА-ХАРРОДА ДО НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ ОСТАНЬОГО ДЕСЯТИЛІТТЯ

В умовах зростання глобалізаційних процесів, загострення суперечностей про поділ світу між провідними індустріально розвиненими країнами, а також трансформації економічних систем з перехідною ринковою економікою до економіки чистого підприємництва все більше актуалізується питання забезпечення сталого економічного зростання національних систем. Економічне зростання, що зрівноважене на довгострокову перспективу, забезпечує конкурентоздатність, фінансову незалежність та стійкість національної економіки. Саме тому забезпечення сталого розвитку повинне стати прерогативою економічної політики.

Модель Домара-Харрода створена у 30-40 рр. минулого століття, проте розкриває глибинні причини рівноважного зростання економічних систем. В основу концепції покладено кейнсіанські методологічні підходи для яких традиційною є активістська роль держави. У країнах, які пройшли через командно-адміністративну систему, держава залишилась невід'ємним інститутом новоутвореного ринкового механізму, яка здійснює коригуючі впливи на поведінку суб'єктів господарювання, є інструментом перерозподілу ВВП, а отже виступає глибинним важелем впливу і скеровувачем економічного розвитку. Враховуючи інерційність розвитку пострадянських країн, в перелік яких входить й Україна, використання некейнсіанських підходів порівняно з неокласичними зберігає свою актуальність.

Звідси предметом дослідження є розвиток економічної системи України протягом останнього десятиліття у контексті моделі Домара-Харрода та специфіка її застосування до національної економіки України. Об'єктом дослідження є економічна система України в період з 2006 по 2016 рр.

Модель Домара-Харрода не є досконалою. Слід вказати на її суттєві недоліки, а саме:

1. Рівноважне зростання залежить від інвестиційного попиту фірм, який є найбільш мінливим компонентом сукупного попиту.

2. Існує розбіжність між обмеженням заданим моделлю про відсутність держави як суб'єкта економіки і існуванням можливості регулювання нестійкого стану рівноваги засобами державної політики. Є очевидним, що економічна система, яка ізольована від впливу зовнішніх факторів, яка регульована тільки стихією ринку, не тільки не здатна забезпечити автоматичне відновлення порушеної рівноваги, але і породжує нерівноважні ситуації через внутрішні особливості. Зокрема існування закритої приватної економіки у сучасному світі можемо визначити як теоретичну абстракцію.

3. Зростання доходу домогосподарств підвищує граничну схильність до заощаджень (що згідно моделі прискорює рівноважний темп), а граничну схильність до споживання знижує («основний психологічний закон» Кейнса). Тоді обсяги виробництва також знижуються, оскільки споживчий попит не є достатнім за заданого рівня цін (гальмується темп зростання).

Збільшення обсягів нагромадження капіталу внаслідок дії закону спадної граничної продуктивності породжує тенденцію зниження можливостей щодо реалізації створеного продукту за високими цінами (споживання падає). Внаслідок цього зменшується інвестиційний попит фірм. Тому зростання доходу не завжди позитивно впливає на динаміку його приросту в наступному періоді.

4. Рівність між інвестиціями і заощадженнями ( $I=S$ ) не відповідає реаліям економічної системи.

5. Рівноважне зростання не завжди забезпечує повну зайнятість, тобто такий стан ринку праці, за якого існує лише природне безробіття. Р. Харрод визначив, що темпи економічного зростання фізично визначають приріст робочої сили і продуктивності праці. Лише при грубому рівнянні цих двох величин відстежуватиметься повна зайнятість, але така ймовірна характеристика забезпечується стихією ринку дуже рідко.

6. У моделі не враховано справжніх макроекономічних пропорцій між капіталом і працею, їх взаємодію, можливість взаємозаміни, якісні (продуктивність праці) характеристики, а також дефіцитність цих ресурсів. Відповідно до цього можна заперечити сталість рівня цін у довгостроковому періоді.

7. Модель за якою основним джерелом зростання є фізичне нагромадження капіталу, а основним інструментом регулювання росту — норма заощадження, не забезпечує максимізацію добробуту суспільства, тобто не сприяє зростанню споживання (С).

8. Відсутність технічного прогресу є сумнівною умовою економічного зростання. Навпаки ж розвиток наукоємних галузей і прогресивних технологій впливає на високий авторитет країни у світі.

Українську економіку можна охарактеризувати як відкриту систему зі слабким інвестиційним кліматом, високим рівнем корумпованості та зростаючим рівнем безробіття. Такий стан унеможливує процеси її зростання, рушійним фактором якого є інвестиції – вразливе місце національної системи.

Також Україна має значний інвестиційний потенціал: є одним із найбільш володіє багатими природними ресурсами та значним сільськогосподарським потенціалом (вигідне географічне розташування, сприятливий клімат, родючі ґрунти); має значний науково-технічний потенціал, має добре розвинену інфраструктуру і т. д. Тому шляхом до економічного зростання є вмiле використання наявного потенціалу, раціональне управління ним засобами державної економічної політики.

Саме тому практичне застосування моделі Домара-Харрода потребує її розширення на ще один суб'єкт ринку – державу. Головним об'єктом державного втручання в економіку повинен бути сукупний попит, оскільки він є визначальним фактором зростання. Спираючись на кейнсіанську концепцію «ефективного» попиту, необхідно активізувати і стимулювати сукупний попит за допомогою методів фіскальної економічної політики. А саме доцiльними є такі заходи як збільшення державних інвестицій, надання пiльгових кредитів, зниження податків. Оскільки під час спаду виробництва інвестиції слабо реагують на зниження відсоткової ставки, монетарна політика у даному випадку не є досить ефективною.

Державне втручання вирішує проблему повернення економічної системи до стану динамічної рівноваги після її порушення, що не забезпечується стихією ринку у довгостроковому періоді.

Зростаючий компонент сукупного попиту (попит держави) важливо урівноважити з боку сукупної пропозиції. Для цього важливо наблизити економіку до рівня повної зайнятості, що в свою чергу є резервом для подолання відповідного недоліку моделі. Окрім того, це стане важливим кроком, що наближує фактичний рівень ВВП до потенційно можливого, як підтверджує закон Артура Оукена. Інструментом для досягнення поставленої мети виступає знову фіскальна політика, оскільки інвестиційні ін'єкції збільшують національний дохід і зайнятість в обсязі більшому, ніж вони самі завдяки ефекту мультиплікатора, як зображено на рис. 1.

Парадокс української економіки в тому, що населення зменшується, а безробіття дещо відносно, але росте. Досягнення вище поставленої мети вимагає забезпечення державою належних умов праці та гідної зарплатні. Це забезпечить перш за все приріст робочої сили, яка в українській економіці характеризується спадними показниками. Наступним кроком слід досягти рівності темпів приросту робочої сили і продуктивності праці, за якої відстежуватиметься повна зайнятість на ринку праці. Про це здогадувався Р. Харрод. Отже, вчений допускав можливість і навіть необхідність науково-технічних зрушень, що забезпечували б зростання продуктивності праці. Використання надбань науково-технічного прогресу є невід'ємною складовою зростання економіки, а також є умовою, що розширить і вдосконалить дану модель.



Рис. 1. Вдосконалення моделі Домара-Харрода

Отже, держава покликана сприяти економічному зростанню через належне виконання таких своїх функцій: забезпечення сприятливого інвестиційного клімату, скеровування інвестицій приватного та іноземного сектору у розвиток наукомістких галузей та галузей, що визначають науково-технічний прогрес, оскільки державне інвестування навіть у невеликих обсягах може бути джерелом значного мультиплікативного ефекту.

Практичне застосування моделей Є. Домара і Р. Харрода до економіки України виявило тотожні кількісні результати, що засвідчує ґрунтовність методологічної бази некейнсіанства для можливого вдосконалення запропонованих моделей та їх поточного використання для потреб макроекономічного аналізу. Залучення держави як інвестора до моделей Домара-Харрода розширює можливості їх використання через подолання окремих встановлених ними обмежень. Запропонована вдосконалена модель коректніше враховує можливості держави для забезпечення динаміки економічного зростання в умовах інерційності пострадянської економіки. Національна економіка протягом останнього десятиліття демонструє тенденцію нестійкого економічного зростання і корелює з обсягами інвестування, які визначено його рушійним фактором.



Н.О. Максимчук, студ., IV курс, гр. ЕП-42, ФЕМ  
 Науковий керівник – ст. викл. В.О. Кучменко  
 Житомирський державний технологічний університет

### УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ ПІДПРИЄМСТВА

В умовах глобалізації все більше актуалізується питання пошуку більш гнучких інструментів управління ризиками господарської діяльності, що забезпечать конкурентоздатність вітчизняних підприємств. Керування ризиком – процес прийняття рішень і здійснення заходів, спрямованих на забезпечення мінімально можливого (припустимого) ризик.

Теоретичні, методичні та практичні аспекти дослідження сутності ризиків, їх причини та класифікацію висвітлили у своїх працях Дж. Кейнс, А. Маршалл, Ю. Шумпетер, Ю. Брігем, С. Хьюс та ін. Вагомий внесок у розвиток вітчизняної ризикології зробили Ю. Білик, В. Вітлінський, М. Войнаренко, І. Бланк, В. Гранатуров, С. Ілляшенко, Н. Подольчак, В. Черкасов, П. Верченко, О. Ястремський та ін.

Проте, враховуючи значення проведених досліджень, на сучасному етапі залишаються невивченими специфічні теоретико-методичні питання управління ризиками підприємств внаслідок відсутності єдиної наукової думки щодо методів управління ризиками, а існуючий інструментарій не дозволяє повністю вирішити цю проблему. У зв'язку з цим механізм адаптації функціонування підприємств в умовах ризику і невизначеності зовнішнього середовища є малоефективним.

На підставі потенційних можливостей системи управління ризиками можна сформулювати основні завдання проекту впровадження системи управління ризиками підприємства: ідентифікація основних ризиків, аналіз причин їх виникнення; планування заходів щодо зниження ймовірності реалізації ризиків; організація процесу управління ризиками; контроль заходів з управління ризиками, аналіз ефективності заходів з управління ризиками, ведення статистики ризиків, що реалізувалися, вдосконалення методів управління ризиками.

Процес управління ризиками підприємства передбачає реалізацію основних процедур, які узагальнено в табл. 1.

Таблиця 1

Основні процедури, що реалізуються у процесі управління ризиками

Етап	Необхідні процедури
Підготовчий етап	Попередній збір інформації. Постановка цілей управління ризиками.
Ідентифікація ризиків	Ідентифікація ризиків відповідно до вибраних методів. Документування виявлених ризиків.
Оцінка ризиків	Якісний аналіз ризиків. Кількісний аналіз ризиків. Ранжування і вибір найбільш вагомих ризиків.
Планування нейтралізації ризиків	Визначення методів впливу на вагомі ризики. Складання плану дій на випадок виникнення непередбачуваних наслідків. Використання вибраної стратегії при прояві ризикової ситуації.
Моніторинг і контроль ризиків	Аналіз ефективності прийнятих рішень і коректування цілей управління ризиками. Складання плану протидії ризикам відповідно до поточного стану справ на підприємстві.

Джерело: складено автором

Слід зазначити, що на практиці зовнішнє середовище є складно передбачуваним та мінливим. У зв'язку з цим можуть змінюватися ймовірність, наслідки та оцінка пріоритетності раніше виявлених ризиків, а також з'являтися нові загрози та небезпеки. Тому доцільно об'єднати процедури контролю та моніторингу ризиків.

Розглянута система забезпечує максимально ефективне досягнення цілей підприємства, оскільки знання, одержані на кожному із етапів, дозволяють коректувати не лише методи впливу на ризик, але й безпосередньо цілі управління ризиками. Відповідно до цього, процес управління ризиками на підприємстві повинен мати безперервний характер, формувати комплексну систему прийняття рішень із зворотнім зв'язком, і складатися із процедур, які можуть повторюватися, частково збігатися і взаємодіяти між собою. Лише за такої побудови на підприємстві може бути сформована єдина інтегрована система ризик-менеджменту, яка передбачає наявність специфічних складових, ознак і функцій.

Система ризик-менеджменту повинна охоплювати всі аспекти діяльності підприємства з використанням різних методів, які можна розділити на три частини: фінансування ризику (страхування,

створення фінансових резервів); зниження ймовірності появи ризику; нейтралізація негативних наслідків ризику. Основними помилками процесу управління ризиками на підприємствах є: абсолютна його відсутність; недосконале управління процесом прийняття рішень; бажання постійно ризикувати; обмеження перевірок впливу виникнення ризику на стан підприємства.

Створення системи, або конкретної посади з управління ризиками обґрунтовано високою ефективністю механізмів адаптації підприємства, що безумовно впливає на його стійкість у мінливих зовнішніх умовах. З цією метою персоналу підприємств необхідно здійснювати діяльність за трьома основними позиціями: моніторинг, прогнозування, заходи уникнення.

В рамках програми підвищення ефективності менеджменту, для проекту впровадження системи управління ризиками запропонована наступна структура елементів системи управління, показана на рис. 1.



Рис. 1. Структура системи управління ризиками

Визначено функції відділів в системі управління ризиками підприємства:

1. Відділ ідентифікації і контролю.

- збір інформації для системи управління ризиками;
- складання діаграм процесів підприємства;
- ідентифікація можливих ризиків;
- розробка пропозицій по управлінню ризиками;
- участь у формуванні планів підприємства по впровадженню пропозицій в рамках управління ризиками;
- контроль реалізації планів і аналіз ефективності пропозицій;

2. Відділ аналізу і статистики.

- ведення бази даних за ризиками, з якими підприємству приходилось стикатися в минулому, їх наслідків та ймовірними прогнозами надходження в майбутньому. Подібний архів повинен бути доступний всім співробітникам в рамках роботи з підготовки персоналу до впливу ризиків;
- розробка шкал оцінки ризиків в процесах підприємства;
- аналіз «жорсткості» ризиків;
- визначення «власників» ризиків і зміна їх посадових інструкцій для включення в них функцій з управління ризиками;
- формування пропозицій для Генерального директора по черзі заходів з управління ризиками;
- розробка пропозицій по рівню прийнятності ризиків;
- аналіз статистики реалізації ризиків і складання звітів за результатами аналізу статистики для Генерального Директора;
- аналіз доцільності застосування заходів по управлінню ризиками на підставі критерію ефективності;
- участь у формуванні річного плану заходів з управління ризиками, що затверджується Генеральним директором підприємства;
- розробка системи обмежень для визначення допустимого рівня ризику в процесах підприємства;
- участь у створенні автоматизованої підсистеми для управління ризиками.

Розроблена система надає спрямований вплив на фактори ризику для мінімізації ймовірності реалізації ризику і/або зниження рівня наслідків у виробничо-технологічних, організаційно-економічних, нормативно-правових та еколого-соціальних процесах.

Практичне запровадження системи управління ризиками на підприємстві дозволяє підвищити якість реалізації управлінських процесів, знизити обсяги непередбачених втрат. Зокрема створення подібної системи дозволить підвищити гарантованість інвестицій у підприємницьку діяльність.

**Д.І. Малков, аспірант**  
**Науковий керівник – д.е.н., проф. Н.Б. Савіна**  
*Національний університет водного господарства та природокористування*

## СУЧАСНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ ГРОМАДСЬКОГО ХАРЧУВАННЯ В УКРАЇНІ

Вивчення зарубіжного досвіду дає право стверджувати, що в країнах з ринковою економікою ідентифікація громадського харчування часто відбувається зі вживанням терміну «харчовий бізнес». У його структурі діють підприємства, які поділяють на дві групи, що різняться за принципами функціонування: комерційний і споживчий харчовий сервіс (сектор). Аналогічний поділ підприємств громадського харчування існує і в Україні, а саме: комерційний сектор, що задовольняє індивідуальні різноманітні потреби споживачів у харчуванні поза місцем проживання на комерційній основі, а також реалізує комерційну поставку продовольства в організації, що діють від імені кінцевих споживачів і споживчий харчовий сервіс, що здійснює обслуговування головної діяльності установи, підприємства, а саме організацію поза місцем помешкання харчування підприємствами і організаціями своїх співробітників, учнів, студентів, пацієнтів та ін. На відміну від комерційного сектору, цей напрямок громадського харчування існує за рахунок поєднання бюджетного та приватного фінансування. У останні роки відбувається істотне скорочення не лише обсягів бюджетного фінансування, але перегляду державою організаційних засад діяльності споживчого сектору громадського харчування.

Так, наприклад, харчування дітей молодшого шкільного віку було обов'язком держави до 2016 року. Проте з процесом децентралізації влади ця функція була передана на розгляд органів виконавчої влади і місцевого самоврядування. Вони її реалізують за наявності власних фінансових можливостей та свій розсуд. На 1.09.2015 року в Україні було 3,7 млн. учнів. З них безкоштовним харчуванням забезпечувалося 1,5 млн. дітей або ж 40,7%. Окрім того, з них:

- 97 тис. – постраждалих внаслідок аварії на ЧАЕС;
- 49 тис. – дітей сиріт та позбавлених батьківського піклування;
- 62 тис. – учнів з особливими потребами;
- 139,8 тис. учнів із малозабезпечених сімей;
- інші учні 1-4 класів.

Спостерігається і суттєва диференціація вартості 1 обіду школяра у розрізі регіонів України. Так, на початок 2017 року вона у Києві складала 23,7 грн., Одесі – 28 грн., Хмельницькому – 18 грн., а в середньому по Україні 20 грн.

Вартість харчування дитини у дитячих садочках у цей же період становила 33,61 грн./день з них 23,53 або 70% батьківська плата, а у школі початкових 1–4 класах 12,63 грн./день, 5–11 класах 16,11 грн./день.

Проте наприкінці 2017 року 17 листопада у Верховній Раді з'явився законопроект №7314 «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України (щодо забезпечення обов'язковим харчуванням учнів установ загальної середньої освіти)». Головним аргументом його внесення на розгляд стали показники здоров'я школярів. Якщо в початкових класах (з 1 по 9) хворіє 14,6% дітей, то в старших ця цифра досягає 29 %, а причина криється у неправильному або зовсім відсутньому харчуванні. Згідно такої ініціативи, пропонується обов'язкове введення обідів у школі, а аргументом є те, що держава має виконати зобов'язання щодо забезпечення здоров'я дитини, дбайливого ставлення до підростаючого покоління і турботи про майбутнє нації.

Ця ініціатива є неоднозначною. Адже у законопроекті, на думку, фахівців не відображено механізму реалізації норми, а лише йдеться про використання коштів державного, місцевого бюджету та батьків. Закономірно виникає питання про оподаткування дитинства за рахунок батьків. Тому, доцільним стає обґрунтування чіткої формули для реалізації пропонованого державного стандарту в освіті, зокрема, щодо харчування учнів середньої школи.

Заклади охорони здоров'я, які також організують харчування своїм пацієнтам, маючи обмаль бюджетного фінансування, мінімізують витрати на ці цілі. Досить часто депутати місцевих рад при обговоренні і прийнятті бюджетів акцентують увагу на проблемі нестачі коштів на харчування у соціальних закладах.

Так, йдеться про те, що у день на харчування пацієнта у лікарні в Рівненській області у 2017 році витрачається 10–15 грн. і була пропозиція збільшити його вдвічі до 20–30 грн. Проте окрім пекельного обговорення що до того де взяти гроші депутати так і рішення не прийняли. Тому можна стверджувати, що громадське харчування в Україні у лікарнях скоріше є де юре, а ніж де факто.

Отож, розвиток громадського харчування в Україні відбувається переважно не у соціальному, а в комерційному секторі.

**Т.Ю. Мельник, к.е.н., доц. кафедри економіки та підприємництва**  
**В.М. Гнітецька, магістрант, гр. ПВМ-2, ФЕМ**  
*Житомирський державний технологічний університет*

### ФОРМУВАННЯ ДОХОДІВ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Доходи відіграють важливу роль в житті персоналу підприємства виступаючи в якості джерела задоволення його потреб. Як економічна категорія доход являє собою кінцеву мету будь-якої економічної операції, джерело наступного розширення виробництва. В теорії економічної науки дохід особистості розглядається у вигляді грошових сум, які формуються з частки національного доходу, що надходить до працівника (зарплати, премії, надбавки, доплати, компенсації, допомоги, вигаши, проценти і дивіденди). Не дивлячись на те, що розмір мінімальної, середньої номінальної та реальної заробітної плати в Україні постійно зростає, проблема недостатнього рівня формування доходів працівників підприємств різних економічних сфер, що проявляється у невиконанні відтворювальної та стимулюючої функцій заробітної плати, залишається актуальною.

За даними Державної служби статистики України, у січні 2018 р. розмір середньої номінальної заробітної плати штатних працівників підприємств, установ, організацій (з кількістю працюючих 10 осіб і більше) становив 7711 грн. і порівняно із січнем 2017 р. збільшився на 28,4%. Індекс реальної заробітної плати в січні 2018 р. порівняно із січнем 2017 р. становив 112,3%. Середній розмір оплати праці в усіх регіонах був вище рівня мінімальної заробітної плати, разом з тим лише у чотирьох з них заробітна плата перевищила середню по Україні: м. Київ – 11668 грн., Донецька область – 8389 грн., Київська – 8145 грн. та Дніпропетровська – 7839 грн. Найнижчий рівень заробітної плати, який не перевищував 79,1 % від середнього по економіці, спостерігався в Чернігівській, Херсонській, Чернівецькій та Тернопільській областях.

Доход персоналу в системі виробничих відносин відіграє двоїсту роль: з однієї сторони є джерелом задоволення власних потреб та подекуди нагромадження капіталу, відтворення робочої сили працівника, з іншої – основним важелем матеріального стимулювання до зростання ефективності виробництва та підвищення конкурентоспроможності суб'єктів господарювання. Він відіграє активну роль у виконанні багатьох соціально-економічних завдань і не лише на мікро-, але і на макрорівні та потребує оптимальності в формуванні для забезпечення інтересів усіх сторін.

Дослідження економічних літературних джерел показало, що на даний час недостатньо уваги приділено висвітленню мікроекономічного поняття «доход персоналу». У табл. 1 для більш глибокого розуміння сутності досліджуваного терміну надамо дефініції поняття «доход» та «доход персоналу».

Таблиця 1

#### Дефініції поняття «доход» та «доход персоналу»

№	Джерело	Визначення
1	2	3
Дефініції поняття «доход»		
1.	Азрилиян А.Н. Большой экономический словарь / А.Н. Азрилиян. – 4-е изд., доп. и перер. – М.: Институт новой экономики, 1999. – 1248 с.	Доход включает в себе все виды денежных та натуральных доходов, что получает население в виде вознаграждения за работу по найму, от личного подсобного хозяйства; что получают от индивидуальной трудовой деятельности; денежные поступления, полученные в виде пенсий, стипендий та доплат, а также доходы от финансово-кредитной системы.
2.	Баланда А. Доходы населения в контексте безопасного развития особи та общества / А. Баланда // Украина: аспекты труда. – 2006. – № 5. – С. 3–7.	Доход как экономическая категория является совокупностью денежных та натуральных поступлений граждан в результате распределения та перераспределения созданных в обществе благ для поддержки физического, морального, экономического та интеллектуального статуса индивида [с. 3].
3.	Економічний словник-довідник / За ред. д.е.н., проф. С.В. Мочерного; худож. оформ. В.М. Штогриня. – К.: Феміна, 1995. – 368 с.	Доходи – денежные поступления за единицу времени юридических та физических осіб; показатель хозяйственной деятельности предприятий, учреждений, организаций [с. 79].
4.	Колот А. Теоретические і прикладные аспекты повышения доходов работающих как предпосылки сохранения та развития человеческого капитала / А. Колот, С. Григорович.	Доход – сумма денежных средств або материальных благ, в которую включаются: поступления от предпринимательской деятельности, заработная плата, пенсии, стипендии, доплаты, поступления от собственности, недвижимости, рента, выручка от продажи ценных бумаг, продукция домашнего

1	2	3
	// Україна: аспекти праці. – 2005. – № 8. – С. 19–27.	виробництва [с. 21–22].
Дефініції поняття «дохід персоналу»		
5.	Бірюченко С.Ю. Доход персоналу підприємства: підходи щодо його визначення та оцінювання / С.Ю. Бірюченко // Вісник ЖДТУ: Економічні науки. – 2009. – № 2 (48). – С. 11-14.	Доход персоналу – це сукупність матеріальних та нематеріальних благ, одержаних від підприємства за результатами діяльності, відповідно до укладеного договору (контракту), що використовується для підтримки фізичного, морального, економічного та інтелектуального розвитку персоналу [с. 12].
6.	Колот А.М. Мотивація персоналу: підручник / А.М. Колот. – К.: КНЕУ, 2002. – 215 с.	Трудовий дохід найманого працівника – сукупність усіх матеріальних благ (винагород), що їх одержує найманий працівник у результаті виконання трудової функції на конкретному підприємстві, яка визначена трудовим договором (контрактом) [с. 80].

Таким чином, враховуючи зміст розглянутих понять, для поглибленого відображення економічної сутності доходу персоналу пропонуємо використовувати визначення, що охоплює всі можливі виплати і уточнює джерело виплати: дохід персоналу – це сукупність благ в матеріальній та нематеріальній формі, одержаних від підприємства за результатами діяльності, відповідно до укладеного договору (контракту), що використовується для підтримки фізичного, морального, соціального, економічного та інтелектуального розвитку персоналу. З точки зору роботодавця: дохід персоналу – це сума понесених витрат роботодавцем, яка пов'язана з використанням робочої сили і забезпеченням належного її відтворення; витрати, пов'язані з діяльністю персоналу. Отже, дохід персоналу прийнято розглядати як показник, що характеризує рівень багатства працівників підприємства. Проте, в свою чергу він є частиною витрат, понесених суб'єктом господарювання за використання робочої сили.

Дослідження економічної наукової літератури дає можливість зробити висновок, що основними складовими доходів працівників вітчизняних підприємств є: оплата праці за чинними годинними тарифними ставками і місячними окладами; доплати за умови праці, змінний режим роботи і ступінь зайнятості роботою; надбавки за високі показники продуктивності праці, якості роботи та особистий внесок у кінцеві результати виробництва; премії за якісне та своєчасне виконання роботи та винагорода за творчу діяльність; соціальні виплати і компенсації за чинними нормативами; дивіденди за акціями підприємства.

Для більшості населення України основним джерелом формування доходу є трудові доходи – сукупність офіційних і тіньових доходів населення, які ті отримують у грошовій та/чи натуральній формі за роботу за наймом. Процес формування доходів пов'язаний з широким спектром актуальних проблем, таких як: співвідношення отриманих доходів з цінами на ринку; надмірна диференціація за доходами та бідністю, зростання бюджетних витрат, покриття яких за складних соціально-економічних умов здійснюється здебільшого через грошову емісію; нераціональний розподіл валюти підприємства між робітниками та інші.

На сучасному етапі соціально-економічного розвитку країни, ключовою проблемою є досягнення прийнятної рівня та диференціації трудових доходів працюючих. Ці питання є досить складними і тому вимагають безпосередньої уваги науковців. Рівень трудового доходу працюючих значною мірою визначає можливість повноцінного відтворення робочої сили, а тому й силу мотивації.

Підвищення трудових доходів та ефективності виробництва виявляється в наступному:

- вищий рівень заробітної плати сприяє зняттю плінності кадрів, а отже, забезпечує створення стабільного трудового колективу та зменшує витрати на його формування;
- проведення політики високих доходів дає змогу підібрати на ринку праці найбільш підготовлених, досвідчених, ініціативних, орієнтованих на успіх працівників, продуктивність праці яких вища за середній рівень;
- високі трудові доходи є чинником підвищення старанного, відповідального ставлення до праці, її інтенсифікації, що призводить до підвищення показників продуктивності.

Отже, враховуючи зміст розглянутих понять, для поглибленого відображення економічної сутності доходу персоналу запропоновано використовувати визначення, що охоплює всі можливі виплати і уточнює джерело виплати: дохід персоналу – це сукупність матеріальних та нематеріальних благ, одержаних від підприємства за результатами діяльності, відповідно до укладеного договору (контракту), що використовується для підтримки фізичного, морального, соціального, економічного та інтелектуального розвитку персоналу. Будь-яке моделювання у сфері зростання доходів персоналу підприємства має бути комплексним, виходити з сукупності показників, що характеризують основні можливі зміни в процесі виробництва, розподілу і споживання матеріальних благ і в соціальній структурі суспільства.

**О.С. Нацевич, студ., II курс, гр. ПВ-1к, ФЕМ**  
**Науковий керівник – к.е.н., доц. С.І. Павлова**  
*Житомирський державний технологічний університет*

## СТАНДАРТИ ЯКОСТІ ШОКОЛАДУ В УКРАЇНІ

Шоколад є наразі найпопулярнішим компонентом солодоців та десертів не тільки в Україні, а й в світі. Вироби із шоколаду стали атрибутами багатьох свят у різних країнах. Сьогодні шоколад – це найпопулярніша група кондитерських виробів. Його споживають всі, незалежно від віку, статі, соціального та матеріального положення. Тому постає питання, яка ж саме якість шоколаду в даний час, чи дійсно він є безпечним?

Відповідно до наказу Міністерства аграрної політики та продовольства України № 555 від 21.10.2011 технічний комітет стандартизації «Продукція кондитерська та харчоконцентратна» (ТК 152) почав розроблення нової редакції національного стандарту на шоколад, пріоритетним завданням якого було привести вимоги чинного ДСТУ 3924-2000 до вимог міжнародного стандарту CODEX STAN 87-1981 на шоколад і шоколадні вироби.

Згідно розділу 5 ДСТУ3924-2014 «Загальні технічні вимоги» п.5.1. «Шоколад має відповідати вимогам цього стандарту і його потрібно виготовляти згідно з рецептурами й технологічними інструкціями та санітарними правилами, затвердженими в установленому порядку».

Пункт 5.2 більш ширше дає зрозуміти, які саме види сировини та харчових добавок можна використовувати для виготовлення шоколадних виробів: какао-боби, какао-масло, какао терте, какао-порошок, цукор білий, вершки сухі, молоко сухе незбиране, молоко сухе знежирене, масло вершкове тощо. Також наводиться перелік стандартів, яким повинні відповідати ці види сировини та харчові добавки.

Пункт 5.3. даного стандарту та всі його підпункти надають нам детальну характеристику даного виду продукції, якою саме вона повинна бути за органолептичними характеристиками, фізико-хімічними показниками, масові частки цукру, жиру, вологи у шоколадній масі. За органолептичними показниками шоколад має бути без стороннього присмаку та запаху, зовнішній вигляд лицьової поверхні (блискучий або матовий) має відповідати вигляду робочої поверхні відливної форми, форма повинна бути відповідно до рецептури (без деформації), консистенція – тверда або пом'якшена (завдяки аморфізації структури чи введення добавлень), ну і відповідно структура має бути однорідною, а для пористого шоколаду – комірчастою. Це є основні вимоги до даного виду продукції.

В Україні підприємства, що виготовляють шоколад керуються ДСТУ 3924-2014, в якому зазначено, яку саме сировину дозволено використовувати (яким вимогам вона повинна відповідати), технічні вимоги до самого процесу виробництва, види шоколаду та інше. Також важливим аспектом є те, що чимало підприємств бажає вийти на міжнародні ринки та великими обсягами експортувати свою продукцію.

Починаючи з 1 січня 2018 року почали діяти нові вимоги до виробів з какао та шоколаду, що має забезпечити дотримання європейських стандартів в галузі безпечності та якості продуктів харчування. У відповідності з Директивою №2000/36/ЄС Європейського парламенту та Ради ЄС, "шоколадом" може називатися тільки той продукт, який містить не менше 35% какао-продуктів, у молочному шоколаді має бути не менше 25% какао-продуктів не менше 14% молочних продуктів, в білому – не менше 20% какао-масла та не менше 14% молочних продуктів. В шоколадній цукерці з начинкою – не менше 25% шоколаду. Згідно з європейськими вимогами, какао може називатися продукт, в якому масова частка какао-масла становить не менше 20%. Крім того, забороняється додавання до них ароматизаторів та рослинних жирів.

Нова редакція ДСТУ 3924-14 є основним документом для всіх виробників шоколаду, сприяє здоровій конкуренції та забезпечує споживача високоякісною продукцією, не створює технічних бар'єрів для експорту шоколаду, оскільки відповідає всім вимогам міжнародного стандарту. Будемо вважати це першим кроком масштабного виходу українських підприємств на міжнародні ринки для реалізації найсмачнішого продукту.

Важливим є також масштаб експорту українського шоколаду в інші країни. За офіційними даними ще з початку 2017 року обсяги продажу шоколаду в інші країни зросли на 35% (на 10000 тон, у порівнянні з 2016 роком), повідомила заступник міністра аграрної політики та продовольства з питань євроінтеграції Ольга Трофимцева. В грошовому вимірі експорт склав 23 мільйони доларів.

Отже, держава на законодавчому рівні контролює, щоб покупці купували якісний продукт, та встановлює певні норми, усіяко покращує вже існуючі характеристики шоколаду і представити його на іноземних ринках як конкурентоспроможний продукт.

УДК 334.716:338

**В.О. Никончук, студ., 5 курс, гр. УПЕП-5, інститут економіки і менеджменту**  
**Науковий керівник – д.е.н., проф. Л.І. Безтелесна**  
*Національний університет водного господарства та природокористування*

### **СОЦІАЛЬНА ПОЛІТИКА ПІДПРИЄМСТВА ЯК ІНСТРУМЕНТ СТИМУЛЮВАННЯ ЙОГО РОЗВИТКУ**

У економічній науковій літературі і до тепер немає однозначного трактування суті соціальної політики, тим більше у ієрархічному розрізі її реалізації. Здебільшого панує макрорівневий підхід. Проте, основою для його реалізації є мікрорівень, а саме підприємство. Саме на рівні підприємства нагромаджуються ресурси, які згодом перерозподіляються на макрорівні. То ж, щоб було що розподіляти на макрорівні, необхідно використовувати соціальну політику підприємства для стимулювання росту продуктивності праці, а відтак зростання обсягів виробництва.

На рівні держави (макрорівень) соціальна робота реалізується через систему закладів та організацій соціальної роботи в їх вертикальних і горизонтальних розрізах, а керівною установою виступає Міністерство праці і соціальної політики України. Тобто приймаються і виконуються певні державні соціальні програми. А на рівні підприємства соціальна політика – це сфера практичної психосоціальної діяльності, яка більшою мірою представлена індивідуальною роботою з працівниками.

Отже, соціальна політика - локальний нормативний акт підприємства, що визначає концепцію, стратегію і принципи прийняття рішень в процесах нематеріальної і матеріальної мотивації персоналу. Соціальна політика містить сукупність систем, за допомогою яких забезпечується досягнення цілей і управління ризиками в даній функціональній області. Тому соціальна політика є частиною мотиваційної політики і інструментом стимулювання розвитку підприємства.

Головна мета підприємства - збільшення прибутку, проте в разі реалізації соціальної політики це досягається шляхом підвищення продуктивності праці при використанні ефективних соціальних програм.

Так, мета в цьому випадку знаходить інше формулювання: «збільшення прибутку підприємства шляхом підвищення продуктивності праці та оптимізації соціальних витрат».

Проте варто виділити чотири «побічних» цілі соціальної політики: підтримка стабільного соціально-психологічного клімату в колективі, оптимізація наданих соціальних пільг і компенсацій, залучення і утримання ефективних керівників і висококваліфікованих фахівців, формування системи фінансово-соціального обліку та звітності по наданим пільгам та компенсаціям, а вже в їх руслі – завдання, що наведені в табл. 1.

Таблиця 1

Цілі та завдання соціальної політики

№	Цілі	Завдання
1	2	3
1	Підтримка стабільного соціально-психологічного клімату в колективі	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Проведення заходів по зміцненню позитивного іміджу підприємства на ринку праці.</li> <li>➤ Підтримка корпоративної культури, спрямованої на формування у працівників корпоративної ідентичності, почуття корпоративного «Ми».</li> <li>➤ Створення у персоналу поваги до цінностей та ідеалів підприємства, почуття прихильності їм.</li> <li>➤ Вибудовування системи адресного інформування працівників про належні їм пільги та компенсації, а також отримання зворотного зв'язку про актуальність соціального забезпечення, пропонованого компанією. Це дозволяє підвищити лояльність працівників, бачити їм в особі компанії надійного роботодавця, який розуміє важливість соціального пакета.</li> <li>➤ Забезпечення інформаційної доступності і прозорості принципів і підходів до надання соціальних пільг і гарантій.</li> <li>➤ Поширення системи соціальної підтримки за допомогою проведення потужних PR-акцій.</li> </ul>

Продовження табл. 1

1	2	3
		<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Підвищення ефективності «соціальних інвестицій» укупі з ініціативністю і відповідальністю працівників.</li> <li>➤ Розробка і впровадження нових принципів соціальної культури.</li> <li>➤ Адаптація персоналу до нового корпоративного середовища: створення мотиваційного механізму для залучення і «закріплення» кваліфікованих кадрів в умовах конкуренції на ринку праці.</li> </ul>
2	Оптимізація наданих соціальних пільг і компенсацій	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Оптимізація витрат на соціальні потреби, підвищення адресності компенсацій (введення індивідуального соціального пакету).</li> <li>➤ Визначення єдиних принципів формування соціального пакета підприємства.</li> </ul>
3	Залучення і утримання ефективних керівників і висококваліфікованих фахівців	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Формування соціального пакету, який дозволяє притягати і утримувати працівників, які відіграють ключові ролі в досягненні стратегічних цілей компанії, підтримувати професійний і віковий баланс в колективі, мотивувати працівників до досягнення виробничих результатів.</li> <li>➤ Підвищення рівня задоволеності працею.</li> </ul>
4	Формування системи фінансово-соціального обліку та звітності по наданим пільгам та компенсаціям	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Створення єдиної облікової системи, що відбиває фактичне надання пільг і компенсацій (що включає детальний фінансовий облік і персоніфіковану звітність).</li> <li>➤ Формування єдиної системи надання соціальних благ у всій компанії (уніфікований порядок звернення за пільгами і компенсаціями, форми заяв і документів і т. п.)</li> <li>➤ Проведення регулярного моніторингу соціально-психологічного клімату та коригування соціального пакета.</li> <li>➤ Створення ефективного механізму залежності соціального пакета працівника від вкладу останнього в виробничі результати підприємства.</li> <li>➤ Розробка методів взаємодії кадрової та соціальної політики (з метою побудови єдиної моделі, яка визначає індивідуальні методики оплати праці та індивідуальний соціальний пакет).</li> <li>➤ Створення єдиного соціального поля.</li> <li>➤ Використання даних моніторингу ринку праці для забезпечення конкурентоспроможності підприємства на ньому і визначення абсолютної цінності праці її працівників.</li> </ul>

Окрім того, на підприємстві можна реалізовувати два види соціальної політики:

1) колективну, яка дозволяє розвивати людський потенціал та підвищувати якість людського капіталу як основу економічного зростання;

2) індивідуальну, яка дає можливість систематизувати витрати підприємства і впливає в цілому на формування корпоративної культури.

З точки зору витрат підприємства реалізація колективної соціальної політики є більшою за обсягами ресурсів та охопленням, проте індивідуальна є менш затратною і поширюється лише окремих працівників, яких можна охарактеризувати як лідерів, що точково забезпечують найвищу продуктивність праці, а відтак найкращий результат діяльності підприємства.

Отже, сучасним підприємствам поступово варто переходити від колективної до індивідуальної соціальної політики, адже це не лише систематизує витрати і формує корпоративну культуру, а й відбудеться стимулювання розвитку персоналу підприємства, тобто кожен працівник буде «тягнутись» до рівня лідерів, щоб самовдосконалюватись та отримувати за виконану роботу цінну винагороду.



**Н.М. Огороднійчук, магістрант, гр. ЕПМ-15, ФЕМ**  
**Науковий керівник – к.е.н. К.С. Орлова**  
*Житомирський державний технологічний університет*

## **МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ ПІДПРИЄМСТВА**

В ринкових умовах для зростання конкурентоспроможності та досягнення високого економічного результату підприємства змушені шукати ефективні інструменти управління. Одним з таких інструментів є система управління витратами. Актуальність досліджень, спрямованих на підвищення ефективності управління витратами, полягає в тому, що витрати відіграють суттєву, майже основну роль у формуванні показників виробничо-господарської діяльності підприємства, і правильне управління ними дозволяє отримати суб'єкту господарювання максимальний результат, що є умовою стабільного його функціонування в сучасних ринкових умовах.

Проблеми управління витрат приділяють увагу багато вітчизняних та зарубіжних науковців, серед них: С. Ф. Голов, В. М. Гордієнко, М. Г. Грещак, І. Є. Давидович, Т. І. Карпова, О. Г. Мельник, А. А. Пилипенко, О. О. Попов, І. Б. Садовська, Г. І. Чубірка, Ю. С. Цал-Цалко та ін. Водночас, складність проблем, пов'язаних із забезпеченням ефективності управління, обумовлюють актуальність подальших досліджень у зазначеній сфері.

В сучасних умовах основна мета системи управління витратами полягає не в тому, щоб зменшити витрати, а в досягненні такого їх рівня, щоб споживачі готові були платити, а підприємство отримувало прибуток. Виходячи із цього, головними завданнями системи управління витратами є:

- обчислення витрат за головними функціями управління;
- визначення витрат на одиницю виробленої продукції;
- ідентифікація ключової мети управління витратами в підвищенні економічної вигоди підприємства;
- обчислення витрат за основними підрозділами підприємства;
- встановлення та використання способів та засобів виміру витрат;
- пошук шляхів зниження витрат у всіх сферах діяльності підприємства;
- формування системи управління витратами, що відповідатиме специфіці та особливостям діяльності конкретного підприємства;
- формування інформаційної бази оцінювання витрат при обґрунтуванні та організації управлінських рішень.

Система управління витратами повинна розроблятися на основі комплексного підходу, оскільки розмір витрат залежить як від внутрішніх, так і від зовнішніх факторів, що впливають на діяльність підприємства.

Ефективне управління витратами здійснюється за допомогою таких методів: директ-костинг, стандарт-кост, таргет-костинг, кайзен-костинг, CVP-аналіз, кост-кілінг, бенчмаркінг витрат, LCC-аналіз, метод EVA, метод ABC та ін. Найпоширеніші з них розглянемо більш детально.

Стандарт-кост базується на використанні системи нормативів та використовується на підприємствах з невеликим асортиментом, адже при зростанні кількості видів продукції з'являється все більше помилок в розрахунку повної собівартості. Також недоліком є складність розрахунку та викривлення рентабельності деяких видів продукції.

Директ-костинг метод відноситься до методів розрахунку неповної собівартості, адже аналізуються тільки змінні (прямі) витрати. Метод надає можливість аналізувати ефективність діяльності окремих підрозділів та проводити гнучку політику ціноутворення на підприємстві, але розподіл витрат на постійні та змінні ускладнює проведення розрахунків.

Танген-костинг застосовується в інноваційних сферах виробництва, в процесі проектування нових виробів або модернізації застарілої продукції. Даний метод дозволяє за допомогою встановленої цільової ціни реалізації продукції визначити цільові витрати собівартості продукції.

Кайзен-костинг передбачає процес поступового зниження витрат на етапі виробництва, у результаті якого може бути досягнуто необхідний рівень собівартості задля забезпечення прибутковості виробництва.

Бенчмаркінг проводить порівняння стану управління витратами на підприємстві з підприємством-лідером задля подальшого прийняття рішень в системі управлінні витратами.

Для кожного підприємства вибір методу управління витратами проводиться індивідуально, оскільки для вибору найкращого методу потрібно провести детальні дослідження з урахуванням усіх аспектів діяльності суб'єкта господарювання, щоб створена система управління вирішувала проблему мінімізації витрат та ефективності господарювання підприємств.

### ДІАГНОСТИКА ВИРОБНИЧОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА У СИСТЕМІ ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ

Складність та змінність сучасних умов господарювання обумовлюють зростання вимог до обґрунтованості, релевантності та ефективності управлінських рішень, зокрема, у сфері виробничої діяльності підприємства. Підґрунтям для забезпечення ефективності та раціональності управлінських рішень, у свою чергу, виступає належним чином організована діагностика виробничого потенціалу підприємства.

Діагностика виробничого потенціалу підприємства покликана надати характеристику стану та ефективності використання об'єктів виробничого потенціалу, що формує базис для прийняття управлінських рішень у сфері виробництва та реалізації продукції, розробки та впровадження стратегій розвитку суб'єкта господарювання. Таким чином, важливість діагностики виробничого потенціалу важко переоцінити.

Основні завдання, що покладаються на діагностику виробничого потенціалу, є наступні:

- оцінка стану та ключових параметрів елементів виробничого потенціалу підприємства;
- визначення ефективності використання елементів виробничого потенціалу;
- виявлення «вузьких місць» та відхилень від цільових параметрів стану та використання виробничого потенціалу підприємства;
- встановлення причинно-наслідкових зв'язків, виявлення причин негативних явищ у функціонуванні виробничої підсистеми підприємства;
- розробка заходів, спрямованих на подолання негативних явищ у діяльності підприємства.

Отже, виходячи із наведеного, доцільно зробити висновок, що діагностика є складним оціночним процесом, який за обсягом і змістом виконуваних завдань є ширшим за аналіз, що обумовлює її значимість у системі управління діяльністю суб'єкта господарювання.

Виробничий потенціал є складною поліструктурною системою, що, з одного боку, виступає складовою потенціалу підприємства в цілому, з іншого боку, характеризується своєю складною структурою. З урахуванням складності будови виробничого потенціалу, в основу діагностики його стану та ефективності використання доцільно покласти структуризацію, адже усі компоненти виробничого потенціалу є якісно різномірними, відтак, для їх оцінки доцільним є виділення окремих складових (метод аналізу) з подальшим узагальненням отриманих оцінок (метод синтезу).

Отже, основними елементами виробничого потенціалу підприємства, на нашу думку, виступають:

- технічний компонент (основні засоби, використовувані у процесах виробництва);
- матеріальний компонент (сировина, напівфабрикати та матеріали, залучені до виробництва);
- трудовий компонент (у частині технологічного персоналу);
- нематеріальний компонент (технології, програмне забезпечення, ноу-хау та інші нематеріальні ресурси, необхідні для забезпечення виробництва);
- фінансовий.

Виходячи із наведеної структури, кожен елемент виробничого потенціалу може бути охарактеризований відповідною системою показників. В цілому, методичні засади оцінювання передбачають виділення трьох груп показників щодо кожного елемента потенціалу, а саме показників стану, руху та ефективності використання. Основні показники оцінювання виробничого потенціалу наведено у табл. 1.

Таблиця 1

Показники оцінювання виробничого потенціалу підприємства

Складова виробничого потенціалу	Показники стану	Показники руху	Показники ефективності використання
1	2	3	4
Технічна	Структура основних засобів, співвідношення між активною та пасивною частинами, коефіцієнт зносу, коефіцієнт придатності, співвідношення між	Коефіцієнт оновлення, коефіцієнт вибуття, коефіцієнт приросту	Фондовіддача, фондомісткість, фондоозброєність, рентабельність основних засобів, коефіцієнт використання

Продовження табл. 1

1	2	3	4
	введенням в експлуатацію та сукупним обладнанням підприємства		виробничої потужності
Матеріальна	Структура матеріальних ресурсів, коефіцієнт забезпеченості матеріальними ресурсами (фактичний та плановий)	Коефіцієнт нерівномірності поставок, коефіцієнт варіації, норма запасу, кількість поставок на рік	Матеріаловіддача, матеріаломісткість, коефіцієнт використання матеріальних ресурсів, частка відходів, коефіцієнт оборотності матеріальних ресурсів, рентабельність матеріальних ресурсів
Трудова	Середньооблікова чисельність персоналу, рівень кваліфікації, рівень дисципліни, баланс робочого часу, структура персоналу	Коефіцієнт плинності персоналу, коефіцієнт стабільності персоналу, коефіцієнт обороту по прийому, коефіцієнт обороту по вибуттю	Продуктивність праці, рентабельність персоналу, частка простоїв з вини персоналу
Нематеріальна	Загальний обсяг нематеріальних активів, структура нематеріальних активів, коефіцієнт зносу, коефіцієнт придатності	Коефіцієнт вибуття нематеріальних активів, коефіцієнт введення в експлуатацію, швидкість оновлення нематеріальних активів	Віддача нематеріальних активів, тривалість обороту нематеріальних активів, рентабельність нематеріальних активів
Фінансова	Обсяг фінансових ресурсів, структура фінансових ресурсів, фінансовий леверидж, коефіцієнт автономії, коефіцієнт фінансової стабільності, коефіцієнт фінансової залежності	Показники зміни структури фінансових ресурсів	Рентабельність капіталу підприємства, рентабельність власного капіталу, рентабельність залученого капіталу, коефіцієнт оборотності капіталу підприємства, коефіцієнти оборотності власного та залученого капіталу

В цілому процес діагностики виробничого потенціалу підприємства доцільно звести до наступних етапів:

1. Визначення мети, завдань та користувачів результатів діагностики.
2. Ідентифікація основних елементів виробничого потенціалу підприємства.
3. Визначення системи показників для оцінювання.
4. Встановлення критичних значень для інтерпретації одержаних результатів.
5. Збір необхідної інформації для оцінювання.
6. Вибір методичних підходів для проведення оціночних процедур.
7. Проведення необхідних розрахунків.
8. Інтерпретація одержаних результатів.
9. Виявлення проблемних місць у функціонуванні виробничого потенціалу підприємства та негативних факторів впливу.
10. Розробка необхідних заходів для подолання виявлених негативних явищ.
11. Впровадження та контроль за реалізацією визначених заходів.

Отже, діагностика виробничого потенціалу передбачає не лише оцінювання стану та ефективності використання виробничого потенціалу, але й виявлення проблемних сфер та подальшу розробку відповідних заходів для подолання негативних наслідків.

Таким чином, діагностика виробничого потенціалу формує необхідний базис для прийняття управлінських рішень підприємства у виробничій сфері та щодо менеджменту господарської діяльності в цілому.

## СУТНІСТЬ СТАТИСТИКО-АНАЛІТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНИМИ СИСТЕМАМИ

Основним завданням управління економічними системами є вироблення і реалізація управлінських рішень в складних умовах навколишнього середовища для формування необхідної поведінки об'єкта управління або системи, що керується. Економічна система являє собою єдність керуючої та керованої системи, а механізм управління – це сукупність відносин, форм та методів впливу на формування, розподіл і використання наявних ресурсів.

Об'єктами управління в умовах ринкової економіки є: суспільство в цілому, держава, регіони, асоціації, територіальні та інші комплекси, виробничі та науко-виробничі об'єднання, біржі, організації та установи, державні, акціонерні, орендні, спільні, малі та інші підприємства.

Сучасні ринкові відносини ставлять високі вимоги до якості управління, що зумовлено цілою низкою причин, серед яких можна виділити:

- загострення конкурентної боротьби, глобалізація соціально-економічних відносин;
- функціонування економічних систем в умовах ризику та невизначеності;
- ускладнення технологій виробництва, скорочення життєвого циклу продукту виробництва або товару;
- висока динамічність виробничих, транспортних та інформаційних технологій;

Неприйнятним в таких умовах є прийняття управлінських рішень на основі проб і помилок, наслідки необґрунтованих рішень можуть бути надто дорогими, а на їх виправлення відводиться дуже мало часу. Відповідальні рішення мають прийматися лише після глибокого і всебічного аналізу можливих ситуацій і припущень, тобто тільки за умови їх обґрунтованого кількісного відображення, що забезпечується використанням статистико-математичного апарату.

Статистика формує інформаційну базу та допомагає оцінити її якість. Теорія ймовірностей дає інструменти зрозуміння ризиків і випадковостей та забезпечує оцінки правдоподібності різних потенційних та альтернативних результатів.

Управлінцям необхідно розуміти сутність явищ, природу варіацій окремих показників та тенденції розвитку в цілому економічних та фінансових явищ. Ефективні рішення мають прийматися на основі повної, якісної інформації.

Статистико-аналітичне забезпечення управлінських рішень має базуватись на інформаційних ресурсах, які мають бути достатніми та достатніми. Ознаками якісної інформаційної бази розробки управлінських рішень є: своєчасність (динамічність змін зовнішнього середовища підвищує цінність оперативної, найновішої інформації про явища та процеси), достатність, рівень агрегації та деталізації, зрозумілість (доступність для користувачів), надійність (така, що базується на усталених методах проведення статистичних спостережень), економічна ефективність, квантифікація (можливість кількісного вираження якісних показників, прийнятність форми (способу подання інформації)).

Для забезпечення даних вимог використовуються основні інструменти та методи статистичних досліджень: статистичне спостереження, зведення та групування, методи оцінки варіації, аналіз взаємозв'язків, методи моделювання та прогнозування, методи представлення інформації та ін.

Статистика є важливою основою для оцінки реальних соціально-економічних явищ та процесів на будь-яких рівнях економічних систем – від макrorівня до мікрорівня. Сьогодні статистика крім пасивної функції адекватного відображення реальної економічної ситуації, набуває рис інструменту активного управління процесом інформатизації економічних систем.

Отже, механізм статистико-аналітичного забезпечення управління економічними системами має включати комплекс інструментів, що передбачають збирання інформації, способи її узагальнення, зведення та представлення, методи аналізу та прогнозування, а також форми надання зацікавленим особам для оцінки рівня та стану управління. Інформаційна взаємодія між керуючою і керованою системами управління здійснюється на основі результатів статистичного аналізу діяльності відповідних об'єктів.

Ми переконані, що задоволення інформаційних потреб управлінців, представлення елементного складу та законів функціонування економічних систем на методологічній основі статистико-математичного апарату, є передумовою прийняття виважених, обґрунтованих управлінських рішень, а отже ефективного функціонування всієї системи в цілому.

**А.Ю. Пашинський, студ., IV курс, гр. ЕП-43, ФЕМ**  
**Науковий керівник – к.е.н., доц. С.І. Павлова**  
*Житомирський державний технологічний університет*

## **РЕЗЕРВИ ЗНИЖЕННЯ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ ПІДПРИЄМСТВА**

Основним мотивом діяльності будь-якого підприємства в ринкових умовах є максимізація прибутку. Отримання позитивного фінансового результату з найменшими витратами, економія трудових, матеріальних і фінансових ресурсів залежать від того, як підприємство вирішує питання управління витратами, котре передбачає пошук способів їх зниження. Зважене й обдумане вирішення питань щодо управління витратами на підприємстві дає змогу забезпечити високий рівень ефективності його діяльності. Саме тому пошук шляхів зниження витрат виробництва у сучасних умовах є не чим іншим як фактор підвищення прибутковості та ефективності роботи підприємств.

Однією з найголовніших статей витрат є операційні витрати, адже вони безпосередньо пов'язані з виробництвом продукції промислового підприємства. Резерви зниження операційних витрат є невикористаними можливостями. Основні резерви або джерела зниження операційних витрат виявляються у процесі більш ефективного використання засобів праці, предметів праці і робочої сили.

Кожне підприємство зацікавлене у зменшенні операційних витрат, адже їх систематичне зниження забезпечує не лише зростання прибутку господарюючого суб'єкта, але і сприяє подальшому розвитку виробництва і підвищення оплати праці працюючих. Зважаючи на обмежені фінансові можливості покупців і податкове навантаження, пошук резервів зменшення операційних витрат завжди залишається актуальним.

Зазвичай підприємства малого та середнього бізнесу йдуть найлегшим шляхом і вибирають зменшення витрат на оплату праці, як одної зі складових операційних витрат, через звільнення частини персоналу і підвищення заробітної плати тим, хто не потрапив під скорочення штату працівників. Даний спосіб є найменш результативним адже досягається незначна економія операційних витрат, що супроводжується зменшенням продуктивності праці.

В сучасних умовах функціонування підприємств набагато ефективнішим засобом являється користування аутсорсинговими послугами. Аутсорсинг це передача неосновних функцій підприємства і всіх пов'язаних з ними активів в управління професійному підряднику (аутсорсеру).

Слово «аутсорсинг» походить від англ. «Outside resource using» — «використання зовнішніх ресурсів» і часто перекладається як «кооперація», «субпідряд» і навіть «делегування функцій управління, повноважень і відповідальності в рамках поставлених завдань». Поряд із терміном «аутсорсинг» використовується термін «інсорсинг», який означає орієнтацію на власні сили. Аутсорсинг є стратегічним рішенням управління та однією з найбільш успішних бізнес-моделей, які дають можливість добитися конкурентних переваг.

Основним принципом аутсорсингу є те, що компанія залишає собі тільки те, що вона може зробити краще за інших та передає зовнішньому виконавцю те, що він робить краще за інших. Багато підприємств передають замовлення завдань, що підлягають обробці стороннім підрядником або командою. Оскільки існує можливість передати завдання кваліфікованим працівникам, то підприємство може заощадити на роботі без втрати належної якості.

Ще одним дієвим способом зменшення операційних витрат є використання альтернативних, більш дешевих комплектуючих для продукції підприємства. Однією з основних витрат виробництва є вартість компонентів, що складають готовий продукт. Зниження цих витрат навіть трохи на відсотках може суттєво вплинути на вартість виробництва. При цьому варто розглядати способи, які не вплинуть на якість сировини або комплектуючих.

Компанії можуть зменшити витрати компонентів шляхом покупки оптом або заміни менш дорогих компонентів, які задовольняють вимогам. Вияв таких можливостей часто призводить до зменшення виробничих витрат. Також доцільним є перегляд політики заключення договорів та вибір найкращих постачальників на підприємстві. Якщо постачальник компонентів не бажає враховувати зниження цін і не може запропонувати менш дорогі альтернативи, компанія може вивчити джерела постачання від інших постачальників. Він може надсилати вимоги до компонентів до різних можливих постачальників та вибирати ті, які пропонують найкращі умови з точки зору відповідності специфікаціям та оптимальним цінам. Сама можливість розглядати та порівнювати декілька джерел постачання знижує ціни через конкуренцію.

Вирішальна умова зниження операційних витрат – робота над технологічним потенціалом підприємства. Впровадження нової техніки, комплексна механізація і автоматизація виробничих процесів, вдосконалення технології, залучення працівників до удосконалення продукції дозволяють значно знизити операційні витрати.

**І.П. Перепелиця, магістрант, гр. ЗЕП-17м, ФЕМ**  
**Науковий керівник – к.е.н. К.С. Орлова**  
*Житомирський державний технологічний університет*

## **ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ МАТЕРІАЛЬНИМИ РЕСУРСАМИ ПІДПРИЄМСТВА**

В умовах розвитку ринкових відносин важливими факторами удосконалення та інтенсифікації виробничих процесів виступає стабільна забезпеченість суб'єкта підприємницької діяльності матеріальними ресурсами, а також їхнє раціональне використання. При цьому зауважимо, що система постачання підприємству сировини і матеріалів докорінно змінюється з урахуванням зміни суспільно-економічної формації. Суттєво розширюються можливості вибору контрагентів сировинного ринку, загострюється проблема раціонального використання матеріальних ресурсів.

Економічний зміст матеріальних ресурсів можна розглядати у вузькому та широкому розумінні. У першому аспекті матеріальними ресурсами вважають предмети праці, з яких виготовляють готову продукцію, а у другому – основні та оборотні засоби виробництва.

У загальному розумінні матеріальними ресурсами вважають сукупність матеріальних цінностей, які використовуються у виробничому процесі і є необхідною умовою ритмічної роботи підприємства. Матеріальні ресурси є складовою частиною оборотних активів підприємства, насамперед, запасів.

Основним цільовим спрямуванням системи управління матеріальними ресурсами є постійне зниження витрат на зберігання та управління матеріалами, тому необхідно зазначити основні принципи управління:

1. Самостійність підприємства у виборі стратегії управління запасами.
2. Точність та оперативність замовлення матеріалів.
3. Чіткість та правильність маркування запасів.
4. Регулярна перевірка запасів матеріальних ресурсів на складах та визначення мінімального розміру запасів.

Основою для прийняття управлінських рішень у сфері управління матеріальними ресурсами є інформаційне підґрунтя, що формується в межах аналізу. Відтак, раціональна організація аналізу ефективності використання матеріальних ресурсів виступає важливою передумовою забезпечення ефективності господарювання підприємства в цілому.

Цілями аналізу використання матеріальних ресурсів є:

- визначення основних індикаторів ефективності використання матеріальних ресурсів підприємства;
- дослідження факторів та чинників, які безпосередньо здійснюють якісний та кількісний вплив на особливості використання матеріальних ресурсів;
- здійснення постійного пошуку нових шляхів підвищення ефективності використання ресурсів.

До основних завдань аналізу належать:

1. Оцінка рівня ефективності використання матеріальних ресурсів.
2. Визначення умов щодо постачання та зберігання матеріальних ресурсів.
3. Оцінка рівня мінімального розміру запасів на складах.
4. Розгляд загальних показників щодо аналізу ефективного використання матеріалів, в першу чергу, матеріаломісткості, оскільки підприємство прагне до постійного зменшення витрат матеріальних ресурсів на одиницю продукції.
5. Визначення резервів підвищення ефективності використання матеріальних ресурсів.
6. Розробка системи управління виробничими запасами.

Для аналізу використання матеріальних ресурсів використовується така інформація: план матеріально-технічного постачання, замовлення, договори на постачання матеріалів, статистична звітність, дані бухгалтерського обліку про витрати матеріалів на виробництво, первинні бухгалтерські документи.

Аналіз використання матеріальних ресурсів проходить за такими етапами:

1. Проводиться перевірка на забезпеченість матеріальними ресурсами підприємства. Для цього визначають необхідну кількість ресурсів, яка має бути використана у виробництві, а також перевіряють запаси на якість. Визначають правильність розрахунку норм та нормативів.
2. Аналіз ефективності використання матеріальних ресурсів. На даному етапі визначають, скільки витрачається матеріалів на одиницю продукції. Аналізують фактори, які безпосередньо впливають на використання матеріальних ресурсів.

Отже, для будь-якого підприємства ключовим компонентом нормального функціонування є повне і своєчасне забезпечення виробництва матеріальними ресурсами. Раціональне використання матеріальних ресурсів є впливовим фактором зростання ефективності виробництва.

**О.С. Подольський, магістрант, гр. ЕПМ-15, ФЕМ**  
**Науковий керівник – к.е.н., доц. О.О. Юшкевич**  
*Житомирський державний технологічний університет*

## **МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Функціонування промислових підприємств в сучасних ринкових реаліях характеризується присутністю вагомих невідповідностей між кінцевими результатами їх діяльності та господарськими витратами. Витрати підприємства – це сукупність виражених у грошовій формі витрат, пов'язаних з виробництвом продукції, наданням послуг, виконанням робіт й їхньою реалізацією. Рівень виробничих витрат вітчизняних товаровиробників займає значно більшу питому вагу в порівнянні із зарубіжними конкурентами. Все це вимагає від них реального вдосконалення методів управління всіма видами витрат. Ефективне використання усіх наявних видів ресурсів у підприємства є основою його ефективного функціонування. Це обумовлює поступовий перехід вітчизняних підприємств до єдиної системи управління витратами, як специфічної функції управління, яка забезпечує планування, організацію, мотивацію, контроль та регулювання витрат діяльності.

Проблемі управління витратами особливу увагу приділено в наукових працях та публікаціях вітчизняних вчених: О.І. Амоші, М. Г. Білопольського, О. В. Боднар, В. М. Гриньової, О. С. Іванілова, Р. Р. Ларіної, А. М. Ткаченко, Ю. С. Цал-Цалка, М. Г. Чумаченка й інших.

Відаючи належне роботам названих вчених, ми усвідомлюємо, що управління витратами виробничо-господарської діяльності промислових підприємств виступає як сукупність складних соціально-економічних і організаційно-методичних процесів дії керуючої системи на конкретний керований об'єкт, здійснюваного за допомогою системи підходів, принципів та методів, технічних засобів і організаційних механізмів з метою досягнення керованою системою заданих техніко-економічних і соціальних показників.

Проте, сучасне ринкове середовище господарювання породжує перед промисловими підприємствами сукупність невирішених задач нового порядку, суть яких полягає не в зменшенні витрат як таких в окремих тимчасових і просторових рамках, а в оптимізації витратного і відповідних йому організаційного та економічного механізмів в цілому в процесі досягнення стратегічних цілей господарюючими суб'єктами.

Світовою наукою і практикою було вироблено такі методи управління та обліку витратами:

– таргет-костинг (Target-costing) і кайзен-костинг (Kaizen-costing) – як методи цілеспрямованого або проактивного формування собівартості;

– методи директ-костинг (Direct-costing) і стандарт-костинг (Standart-costing), метод бенчмаркінгу (Benchmarking), метод ABC-костинг.

Методи директ-костинг і стандарт-костинг як традиційні методи управління і обліку витрат в сучасних умовах використали всі свої ресурси. І тому в наш час вони стали застарілими. Тому для модифікації методології обліку і управління витратами на підприємствах почали використовувати метод таргет-костинг. Суть цього методу полягає в принципово новому підході до формування рівня собівартості виходячи з наперед з'ясованої (запланованої) ціни.

Паралельно з таргет-костингом розвинувся метод кайзен-костингу основне завдання якого – знайти резерви, шляхи усунення відхилень між собівартістю після завершення проектування (кошторисною собівартістю) і цільовою собівартістю. Усунення різниці між цими собівартостями називають кайзен-завданням, що ставиться перед усім персоналом, і виконання якого жорстко контролюється і відповідним чином мотивується.

Найбільшим сучасним методом управління витратами є ABC-костинг – метод калькулювання за видами діяльності, що дозволяє також посилити контроль за витратами, здійснювати ефективне управління ними.

Метод бенчмаркінгу передбачає вибір підприємств-еталонів, які демонструють високі показники виробничо-фінансової діяльності, у тому числі використовують ефективні системи управління витратами, досягають нижчої собівартості продукції.

Ефективність методу наряду залежить від правильного вибору підприємств-еталонів.

Отже, застосування різних методів управління витратами допомагає виявити їх ефективність, встановити чи не є вони надмірними, перевірити якісні показники роботи, правильно розрахувати ціни, регулювати і контролювати витрати, планувати рівень прибутку і рентабельності виробництва.

**Н.Б. Проценко, к.е.н., доц.  
С.В. Нікішов, магістрант, гр. ЕПМ-15, ФЕМ**  
*Житомирський державний технологічний університет*

## УПРАВЛІННЯ РИЗИКОМ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЄКТІВ

Дослідження проблем управління ризиком інноваційних проєктів викликає необхідність вивчення самого поняття – ризик. Теорія ризику почала інтенсивно розвиватися приблизно з 50-х років ХХ століття за кордоном. Найбільше число досліджень, присвячених аналізу ризику, належить американським вченим, хоча ця проблема активно вивчалася і в західноєвропейських країнах. Управління ризиком розвивалося як система понять і дисциплін, метою якого є допомога в організації захисту від негативних явищ, непередбачених обставин, що виникають при функціонуванні підприємств.

У сучасній вітчизняній науці і практиці поняття "ризик" з'явилося нещодавно. Воно об'єднало накопичений раніше міжнародний досвід, українську і російську теоретичну базу, ставши обов'язковим розділом будь-якого бізнес-плану інвестиційного проєкту.

Але у вітчизняній економічній науці відсутні загальновизначені теоретичні положення про ризик інноваційних проєктів, недостатньо розроблені методи його оцінки, відсутні рекомендації про шляхи і способи зменшення і запобігання ризику. Хоча слід зазначити, що останнім часом з'явилися наукові праці, в яких при дослідженні питань планування економічної діяльності комерційних організацій, співвідношення попиту і пропозиції, розробки проєктів розглядаються питання ризику. Так, створена в 1993 р. українська асоціація управління проєктами, яка входить до складу європейського і американського інститутів управління проєктами, проводить консультації, навчання аналізу і управління ризиком проєктів.

Необхідно розрізнити поняття "ризик" і "невизначеність". Невизначеність передбачає наявність чинників, при яких результати дій не є детермінованими, а ступінь можливого впливу цих чинників на результати невідомий; це неповнота або неточність інформації про умови реалізації проєкту.

Ризик проєкту – це ступінь небезпеки для успішного здійснення проєкту. Поняттям ризику характеризується невизначеністю, пов'язаною з можливістю виникнення у ході реалізації проєкту несприятливих ситуацій і наслідків, при цьому виділяються випадки об'єктивної і суб'єктивної вірогідності.

Аналіз численних визначень ризику дозволяє виявити основні моменти, що є характерними для ризикової ситуації, такі як:

випадковий характер події, що визначає, який з можливих результатів реалізується на практиці;

- наявність альтернативних рішень;
- можливість визначення вірогідності очікуваних результатів;
- вірогідність виникнення збитків;
- вірогідність отримання додаткового прибутку.

Існуючі теорії аналізу і оцінки проєктного ризику визначають ризик як категорію вірогідності. Тому найбільш обґрунтовано з погляду діяльності підприємства класифікувати ризик як вірогідність виникнення певного рівня втрат або виграшу.

Ризик в інноваційному підприємстві – вірогідність втрат, що виникає при вкладенні підприємницькою фірмою засобів у виробництво нових товарів і послуг, в розробку нової техніки і технології, які, можливо, не знайдуть очікуваного попиту на ринку, а також при вкладенні засобів у розробку управлінських інновацій, які не принесуть очікуваного ефекту.

В економічній літературі наводяться різні класифікації ризику. Звичайно автори виділяють такі класифікаційні ознаки: джерела виникнення ризиків, відносини до страхування, часова ознака, рівень ризику та ін. На жаль, універсальної класифікації ризиків поки не створено, а тим більше відносно ризику інноваційних проєктів.

Джерела виникнення ризику інноваційних проєктів з'єднані в дві групи: зовнішні і внутрішні.

До зовнішніх джерел ризику інноваційних проєктів відносяться: політичні події; економічні, соціальні і природні умови; зміни в законодавстві; науково-технічний прогрес; коливання ринкової кон'юнктури. На зовнішні джерела виникнення ризику керівництво інноваційного проєкту і підприємства в цілому безпосередньо не може впливати, та обов'язково повинне враховувати їх при ухваленні рішень щодо управління ризиком.

Внутрішнім джерелом ризику інноваційних проєктів може бути будь-яка діяльність підприємства, яка пов'язана з розробкою і реалізацією інноваційних проєктів: виробнича, комерційна, управлінська, фінансова, техніко-технологічна, організаційна, економічна і діяльність пов'язана з правовою основою розробки проєкту. Внутрішні джерела виникнення ризику знаходяться у сфері діяльності керівництва



проекту, яке має нагоду постійно не тільки враховувати, але і впливати на них, ухвалюючи рішення з управління ризиком.

На рис. 1 подано процес управління ризиком інноваційних проектів як взаємозв'язок між функціями ризик-менеджменту, інформаційним забезпеченням процесу прийняття рішень з управління ризиками, ефективними комунікаціями між учасниками проекту, процесом прийняття управлінських рішень відповідно ризиків і керівництвом розробниками проектів, як особливим видом управлінської діяльності.

До функцій ризик-менеджменту традиційно відноситься прогнозування і планування, організація, регулювання, мотивація, контроль.

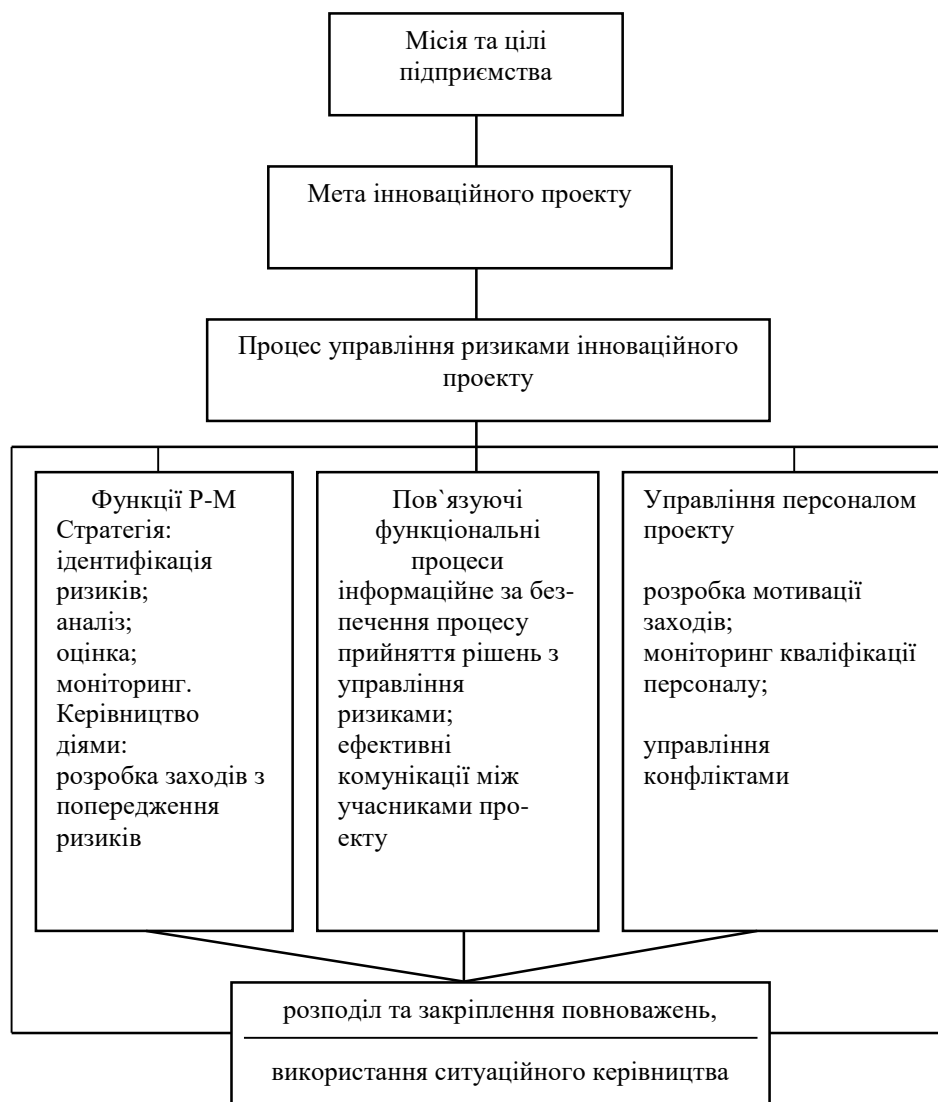


Рис. 1. Процес управління ризиком інноваційних проектів

Контроль, як функція ризик-менеджменту інноваційних проектів, чинить вагомий вплив на їх ефективність, оскільки забезпечує процес досягнення його мети. Він необхідний для своєчасного виявлення (попередження) істотної зміни рівня ризику і виникаючих ризикових ситуацій раніше, ніж вони завдадуть невідправного збитку.

Враховуючи особливості діяльності українських підприємств, можна запропонувати такі напрями реалізації функцій ризик-менеджменту:

- характеристика ризику і опис ризикової ситуації;
- отримання додаткової інформації;
- аналіз, обробка і оцінка ризику;
- формування рішення про уникнення або ухвалення ризику.

Таким чином, управління ризиками відіграє важливу роль в успішності реалізації інноваційних проектів зокрема та забезпеченні ефективності господарювання в цілому.

О.І. Романчук, студ., IV курс, гр. ЕП-42, ФЕМ  
Науковий керівник – к.е.н, доцент Н.Л. Овандер  
Житомирський державний технологічний університет

## МЕТОДИ ОЦІНКИ ЙМОВІРНОСТІ БАНКРУТСТВА ПІДПРИЄМСТВ

Знання методичних підходів до аналізу фінансово-господарської діяльності, методів оцінки ймовірності настання банкрутства в сучасній економіці є одним з важливих елементів для ефективного управління підприємством. В умовах ринкової економіки неминуче банкрутство підприємств, які не здатні в умовах ринку виконати свої боргові зобов'язання у встановлений термін. Це обумовлює важливість розуміння підходів і розробки методів оцінки банкрутства і як наслідок складання і реалізація плану дій щодо поліпшення фінансового стану.

Методичні підходи щодо оцінки ймовірності банкрутства розробляли як вітчизняні, так і зарубіжні вчені: О.О. Терещенко, А.В. Матвійчук, Т.С. Клебанова, Е.Альтман, Г. Спрингейт, У.Бівер та багато інших.

У зв'язку з розвитком економічного аналізу виникають методи, які не лише базуються на основі інтегрального показника. Умовно їх поділяють на такі групи:

1. Коефіцієнтні методи, які базуються на розрахунку кількісних показників на основі даних фінансової звітності.

2. Багатофакторні моделі, за допомогою яких проводять комплексну оцінку, покладаючись на один критерій - ймовірність банкрутства.

3. Якісні методи, засновані на аналізі якісних параметрів підприємства, таких як конкурентоспроможність, положення на ринку, якість управлінських рішень і т.п.

4. Інші методи, головне завдання яких полягає у пошуку додаткової інформації для оцінки банкрутства за вищезазначеними методиками.

Дещо інший погляд на оцінку ймовірності банкрутства має Т.С. Клебанова, пропонуючи прогнозувати діагностичні показники підприємств за допомогою адаптивних моделей. Відмінністю їх від інших моделей є те, що вони відображають поточні властивості ряду і здатні безперервно фіксувати зміни. Мета адаптивних моделей полягає в тому, що вони здатні самостійно підлаштовуватися під зміни в часі, враховувати інформаційну цінність різних членів тимчасової послідовності та давати досить точні оцінки майбутніх членів даного ряду.

Схожу думку має і А.В. Матвійчук, який є прихильником моделей, побудованих на основі методів нечіткої логіки. Вони поєднують в собі якісні та кількісні показники діяльності підприємства, відтворюють максимально точні розрахунки, на відміну від дискримінантних моделей, та є більш відкритими і зрозумілими. Для їх використання потрібні лише закладені логічні правила та встановлені параметри функцій належності.

Зупинимося на методиках, які найчастіше використовуються українськими підприємствами.

Таблиця 1

Методики оцінки ймовірності банкрутства підприємства

Назва	Формула розрахунку	№ ф-ли	Методика оцінки
1	2	3	1
П'ятифакторна модель Е. Альтмана (1983 р.)	$Z = 0,717X_1 + 0,847X_2 + 3,107 X_3 + 0,42X_4 + 0,995 X_5$ , де: X1 = власний оборотний капітал / загальна вартість активів; X2 = нерозподілений прибуток / загальна вартість активів; X3 = операційний прибуток / загальна вартість активів X4 = власний капітал / залучений капітал; X5 = чиста виручка / загальна вартість майна активів.	(1)	$Z < 1,23$ – дуже висока ймовірність банкрутства у найближчі 2 - 3 роки; $Z > 1,23$ – ймовірність банкрутства дуже низька.
Універсальна модель О.О. Терещенка	$Z = 0,139X_1 + 1,535X_2 + 0,468X_3 + 1,459X_4 + 0,265X_5 + 0,159X_6 - 1,757$ , де: X1 = Оборотні активи / Поточні зобов'язання; X2 = Середньорічна вартість власного капіталу / Середньорічна вартість капіталу; X3 = Фондовиддача; X4 = Грошовий потік (CF) / (Чистий дохід + інші операційні доходи); X5 = Рентабельність власного капіталу; X6 = Чистий дохід / Середньорічні залишки оборотних коштів.	(2)	$Z = 2$ - нормативне значення.

Продовження табл. 1

1	2	3	4
Модель А.В.Матвійчука	$Z = 0,033X_1 + 0,268X_2 + 0,045X_3 - 0,018X_4 - 0,004X_5 - 0,015X_6 + 0,702X_7$ , де: $X_1$ = Коефіцієнт мобільності активів; $X_2$ = Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості; $X_3$ = Коефіцієнт оборотності власного капіталу; $X_4$ - Коефіцієнт окупності активів; $X_5$ = Коефіцієнт забезпеченості власними оборотними засобами; $X_6$ = Коефіцієнт концентрації залученого капіталу; $X_7$ = Коефіцієнт покриття боргів власним капіталом.	(3)	$Z > 1,104$ - задовільний фінансовий стан; $Z = 1,104$ - граничне значення ймовірності банкрутства; $Z < 1,104$ - нестійкий фінансовий стан, загроза банкрутства.
Модель Міністерства фінансів України	$Z = 0,95X_1 + 0,03X_2 + 1,1X_3 + 1,4X_4 + 3,1X_5 + 0,04X_6 + 0,03X_7 - 0,45$ , де: $X_1$ = коефіцієнт фінансової незалежності; $X_2$ = коефіцієнт покриття необоротних активів власним капіталом; $X_3$ = коефіцієнт рентабельності продажу за фінансовими результатами від операційної діяльності; $X_4$ = коефіцієнт рентабельності продажу за фінансовими результатами від звичайної діяльності; $X_5$ = коефіцієнт рентабельності активів за чистим прибутком; $X_6$ = коефіцієнт оборотності оборотних активів; $X_7$ = коефіцієнт оборотності позичкового капіталу за фінансовими результатами від звичайної діяльності.	(4)	$Z > 0,81$ - стійкий фінансовий стан; $0,17 < Z < 0,8$ - незначний кризовий стан; $-0,5 < Z < 0,16$ - низький рівень виконувати зобов'язання $-0,51 < Z < -3,6$ - нестабільний фінансовий стан; $Z < -3,7$ - висока ймовірність банкрутства.
Модель Г. Спрингейта	$Z = 1,03A + 3,07B + 0,66C + 0,4D$ , де: $A$ = Робочий капітал / Загальна вартість активів; $B$ = Прибуток до сплати податків та процентів / Загальна вартість активів; $C$ = Прибуток до сплати податків / Короткострокові зобов'язання; $D$ = Обсяг продажу / Загальна вартість активів.	(5)	$Z < 0,862$ - підприємство потенційний банкрут

Незважаючи на широке використання в українській практиці цих моделей, ефективність їх дотепер вважається непідтвердженою, тому варто вказати на їх переваги та недоліки.

П'ятифакторна модель Е. Альтмана дає змогу оцінити ймовірність банкрутства в умовах недостатньої інформації, але не враховує сучасних економічних ситуацій, тому що була розроблена в минулому столітті.

Універсальна модель О.О.Терещенка та модель А.В. Матвійчука розроблені в Україні, тому вони враховують специфіку вітчизняної економіки. Проте розрахунок ймовірності банкрутства за О.О. Терещенком є дещо ускладненим, а за Матвійчуком не має галузевої спеціалізації.

Модель Міністерства фінансів України враховує багато факторів, що впливають на економічний стан країни, адже була сформована на підставі поточного стану економіки та сучасних статистичних даних. Головним недоліком моделі є відсутність тлумачення граничних значень, тобто який фінансовий стан має підприємство при потраплянні в певний інтервал.

Модель Г. Спрингейта відображає достатній рівень надійності прогнозу, але його розрахункові показники мають дуже слабкий взаємозв'язок.

Наведена вище оцінка діючих методик кризового стану підприємства дозволяє зробити наступні висновки. Перевагою сучасних систем діагностики ймовірності банкрутства є комплексний підхід до виявлення ознак банкрутства, але при цьому є істотні недоліки, основним з яких є високий ступінь складності прийняття рішень в умовах багаторівневої задачі, інформативний характер розрахованих показників, суб'єктивність прогнозованого рішення, різноспрямованість пропонованих показників.

Для отримання максимально правдивої інформації при виборі методики для конкретного підприємства необхідно враховувати галузеву приналежність, рівень оподаткування, законодавство країни, в якій були розроблені дані методики та інші не менш важливі аспекти.

Отже, моделі діагностики банкрутства не вказують на причини, які призвели підприємство до кризового стану, а лише констатують сам факт банкрутства підприємства. А для з'ясування причин виникнення кризового стану підприємства потрібно проводити комплексний аналіз його фінансового стану.

**І.Ю. Рудзей, студ., IV курс, гр. ЕП-43, ФЕМ**  
**Науковий керівник – ст. викл. В.О. Кучменко**  
*Житомирський державний технологічний університет*

## **УПРАВЛІННЯ ГРОШОВИМИ ПОТОКАМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ**

У сучасній економіці проблема управління грошовими потоками на підприємстві досить актуальна. Щоб забезпечувати виживання підприємства у сучасних умовах виникає необхідність у системі управління потоками грошових коштів, яка дозволила б охопити сукупність основних аспектів управління діяльністю підприємства, що включає товарно-матеріальні запаси, необоротні активи, дебіторську та кредиторську заборгованість, власний капітал, банківські кредити.

Системою управління грошовими потоками на підприємстві є комплекс методів, інструментів і специфічних прийомів, які з боку фінансової служби підприємства цілеспрямовано і безперервно впливають на рух грошових засобів в цілях досягнення бажаного результату. Управління фінансами дозволяє зробити оцінку грошового потоку, утворення якого відбувається в рамках певного тимчасового інтервалу, оскільки оцінка грошових потоків є одним з найважливіших напрямків діяльності фінансового менеджера, який щодня приймаючи будь-які рішення, так чи інакше впливає на ресурси, що знаходяться під його контролем.

Рішення викликають різні переміщення потоків грошових коштів, що в кінцевому підсумку змінює саму схему потоків. Основна мета управління потоками грошових коштів – максимізація прибутку, яка в частині використання коштів (власних, залучених, позикових) містить забезпечення підприємства необхідними грошовими ресурсами для безперервного процесу відтворення, збільшення доходів власників (засновників). Ефективне управління потоками грошових коштів полягає у виявленні взаємозв'язку між цими потоками та прибутком, тобто отриманий прибуток є результатом раціональних потоків грошових коштів або це результат будь-яких інших чинників.

У зв'язку з цим грошові потоки представлені двома основними типами: 1) пренумерандо використовується у разі попередньої оплати послуг, тому його нерідко називають авансовими; 2) постнумерандо являє собою оплату послуг за фактом їх надання.

На сучасному етапі економіки частіше практикується постнумерандо, через те, що саме оплата послуг за фактом їх надання дозволяє проаналізувати продуктивність інвестиційних проектів.

Потік пренумерандо використовується головним чином в цілях аналізу схем накопичення грошових коштів, що надалі дозволяє забезпечити інвестиційне вкладення в новий проект. Для розкриття реальної інформації про рух грошових коштів на підприємстві, оцінити синхронність надходжень і платежів, зіставлення величини отриманого фінансового результату зі станом грошових коштів, необхідно розглянути та проаналізувати всі напрямки їх припливу та відтоку в прямій залежності від основних видів діяльності підприємства: операційної, інвестиційної та фінансової.

Операційний потік, як правило, утворений платежами та надходженнями у процесі щоденних операцій, які здійснюються підприємством. Потік грошових коштів, спрямований на інвестиційну діяльність або отриманий від неї, називається інвестиційним. Фінансовий потік є результатом фінансових операцій: внесків у статутний капітал, одержання або погашення короткострокових і довгострокових кредитів і позик, виплати дивідендів.

Управління грошовими потоками сприяє розширенню важливих завдань на шляху до бажаного результату: 1) облік і контроль за рухом грошових коштів підприємства в умовах реального часу; 2) забезпечення взаєморозрахунків із зовнішніми та внутрішніми контрагентами; 3) проведення взаєморозрахунків у розрізі поточних контрактів та оцінка отриманих фінансових результатів за договорами; 4) управління дебіторською заборгованістю; 5) складання звітів про рух грошових коштів, що містять інформацію про грошові потоки та їх планування в розрізі основних видів діяльності підприємства.

Управління грошовими потоками підприємства здійснюється шляхом оперативного і стратегічного управління в кілька етапів: 1) верхній рівень деталізації передбачає складання довгострокового бізнес-плану на підставі цілей підприємства, при цьому діяльність підприємства розпланована на часовий період від 3 до 5 років; 2) середній рівень деталізації платежів і надходжень дозволяє оцінити поточну макроекономічну ситуацію і потенційні можливості підприємства, що супроводжується складанням річного бюджету з поділом на місяці; 3) глибоким рівнем деталізації є, насамперед, оцінка поточного функціонування підприємства та річного бюджету. Підсумком даного етапу є складання касового плану.

Максимальна деталізація грошових потоків необхідна в цілях побудови платіжного календаря шляхом аналізу касового плану. При цьому платіжний календар розбивається на окремі дні й охоплює тимчасовий період 1 місяць.

На підставі зазначених вище документів моделюється залишок грошових коштів, що допомагає підприємству оцінити, чи володіє воно достатніми та необхідними грошовими засобами, щоб здійснити всі свої плани й досягти поставлених цілей у майбутньому.

В умовах ринкових відносин критерієм достатності грошових потоків на ТОВ «БЕТОН СЕРВІС» виступає платоспроможність підприємства, яка як індикатор його фінансового стану являє собою можливість господарюючого суб'єкта грошовими ресурсами своєчасно погасити свої платіжні зобов'язання.

Результати зовнішнього аналізу платоспроможності організації, проведеного на основі вивчення показників ліквідності представлені в табл. 1.

Таблиця 1

Баланс ліквідності ТОВ «БЕТОН СЕРВІС»

	Актив	2016	2017	Пасив	2016	2017	Платіжний надлишок	
1	2	3	4	5	6	7	8=3-6	9=4-7
1	A1	2201	4861	П1	27317	62667	-25116	-57806
2	A2	18135	65901	П2	0	0	18135	65901
3	A3	7138	8499	П3	0	15000	7138	-6501
4	A4	8031	8214	П4	8188	9808	-157	-1594
Разом	x	35505	87475	x	35505	87475	x	x

Аналізуючи дані таблиці можна зробити висновок, що у 2017 році підприємство має позитивну динаміку найбільш ліквідних активів, швидко реалізованих активів та повільно реалізованих активів. Але, на жаль, повністю не відповідає співвідношенням ліквідності. Отримати більш глибоку оцінку фінансового стану підприємства дозволяє аналіз його платоспроможності (табл. 2).

Таблиця 2

Динаміка показників оцінки ліквідності ТОВ «БЕТОН СЕРВІС»  
на кінець року

Показники	Норматив	Роки			Відхилення 2017 р. до 2015 р +,-
		2015	2016	2017	
1. Коефіцієнт загальної ліквідності	>1-2	2,65	1,01	1,26	-1,39
2. Коефіцієнт поточної ліквідності	>0,6	1,69	0,74	1,13	-0,56
4. Чистий оборотний капітал	>0	11461	157	16594	5133

З табл. 2 можна зробити наступні висновки: коефіцієнт загальної ліквідності у 2017 р. порівняно з 2015 р. зменшився. Він становить 1,26, що відповідає нормативному значенню. Це позитивна динаміка підприємства, тому воно може швидко та своєчасно ліквідувати борги та загалом має стійкий фінансовий стан. Коефіцієнт поточної ліквідності свідчить про задовільний стан підприємства, адже він має досить високий рівень, хоча його зменшення є негативним наслідком для підприємства. Чистий оборотний капітал підприємства зріс на 5133 тис. грн. порівняно з 2015 роком, це позитивно для підприємства, тому що за своєю динамікою він повинен збільшуватися.

Таким чином, управління потоками грошових коштів має важливе значення для комплексної оцінки результативності підприємства. Через те, що всі документи, що входять до складу фінансової звітності, нерозривно пов'язані, та будь-які зміни в одному місці надалі тягнуть за собою зміни в інших. Тому повноцінне управління потоками грошових коштів можливе тільки в розрізі всієї системи функціонування підприємства. В цілях здійснення ефективної та прибуткової діяльності рекомендується розробити грамотну і чітку політику планування, з допомогою якої можна виміряти грошовий потік, визначити методи управління ним і джерела утворення коштів. Управляти грошовими потоками підприємству доцільніше в системі «планові величини – фактичні дані», що і дозволяє приводити в дію механізм системи бюджетування.

Для стабілізації співвідношення грошових потоків та підвищення ефективності діяльності підприємства в цілому рекомендується ввести бюджетування в системі управління фінансовими потоками та розробляти заходи щодо удосконалення фінансового менеджменту, що дозволить здійснювати ефективний контроль за грошовими потоками, отримувати уявлення про структуру та обсяг грошових надходжень в окремий момент часу, визначати касові розриви та потребу в позикових коштах. Вдосконалення фінансового менеджменту забезпечить фінансову рівновагу підприємства в процесі його розвитку, призведе до збалансованості обсягів надходження і витрачання грошових коштів та їх оптимізації.

**В.І. Рудик, студ., IV курс, спеціальність «Фінанси і кредит»  
Науковий керівник – к.е.н., ст. викл. А.А. Подлевський  
Національний університет водного господарства та природокористування**

## **ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЦИРКУЛЯРНОЇ ЕКОНОМІКИ В УКРАЇНІ**

Світ змінюється швидко і бути в тренді прогресу дуже важливо. А тому економіці України необхідно пристосовуватися до нових світових тенденцій бізнесу. Циркулярна економіка є новою економічною моделлю, в якій акцент робиться на повторне використання матеріалів, а також на створення доданої вартості за допомогою послуг та інтелектуальних рішень. Циркулярна економіка передбачає, що ланцюг створення вартості організований так, що виходи одного ланцюга стають входами для іншого, знижуючи залежність від нових видів сировини. У глобальному сенсі циркулярна економіка є дуже актуальною, адже, за оцінками міжнародних організацій, глобальне значення ринку циркулярної економіки становить понад трильйон доларів США. Відповідно, нині приватний і державний сектори працюють на міжнародному рівні у сприянні здійснення ініціатив щодо усунення перешкод і створення нових рішень, які прискорили б перехід до циркулярної економіки.

Зростання без жадібного споживання ресурсів. Пошук та реалізація нових корисних якостей у матеріалах, що вже існують і використовуються. Збереження і використання сировини та її найменшої часточки. Підтримка світової економіки у розмірі один трильйон доларів. Все це описує напрями циркулярної економіки.

Циркулярна економіка, заснована на принципах сталого розвитку, головними інструментами якої повинні стати екологічні інновації (екоінновації) та «зелені» технології, тобто екологічно чисті технології, дружні по відношенню до навколишнього середовища.

Поняття циркулярної економіки, розрекламоване, але незрозуміле загалу, починає набувати свою форму поряд із традиційною лінійною економікою, оскільки все більше компаній включають циркулярні операції до етапів своєї операційної діяльності. Починаючи з компанії Nike, яка збрала і переробляє 30 мільйонів пар використаних кросівок, або компанії Google, яка змінила цільове призначення старого технічного оснащення своїх величезних дата центрів і перенесла його до нових дата центрів. Чи компанії Philips Lighting, яка все більше просуває на ринок послуги з надання освітлення клієнтам, продуктів, які дають більше світла, що в свою чергу дає можливість на практиці покращувати освітлення та зберігати сировину. Всі ці корпоративні практики закладають підвалини циркулярної економіки.

Циркулярна економіка – це не традиційний рециклінг на новий лад. В ідеалі вона починає діяти задовго до того, як товар приходить у непридатність, потребує переробки або ремонту. Концепція циркулярної економіки має на увазі безпосередню участь на етапах планування і розробки товарів для забезпечення тривалого життєвого циклу й високого потенціалу для подальшого повторного використання, модернізації, відновлення та рециклінгу.

Світ потребує новаторських рішень для забезпечення економічного зростання без нераціонального використання природних ресурсів. Циркулярна економіка максимізує використання матеріалів і зберігає своє значення в циклі якомога довше. У циркулярній економіці матеріали та вартість залишаються в обігу протягом максимально можливого часу, тоді як послуги і розумні рішення підвищують цінність продуктів.

Певно, вже зрозуміло, що циркулярна економіка мусить базуватися не на зміні поведінки окремої людини, а на зміні системи? Але щоб її законам підкорилася велика промисловість, для неї у цій моделі мають бути очевидні переваги. І вони є. Для конкретних компаній на ринку – це:

- суттєва економія матеріалів,
- стійке ресурсокористування,
- стимулювання інновацій,
- можливість задовольнити потреби постійно зростаючого населення Землі,
- зростання економіки і доходів: збільшення рівня переробки та повторного використання може створити додатково один трильйон доларів для глобальної економіки до 2025 року. Таку цифру на економічному форумі у Давосі озвучили дослідники Фонду Еллен МакАртур.

Варто зазначити, що сьогоднішня ситуація щодо обсягів відходів в Україні є критичною, адже близько 1,25 % території країни зайнято сміттєзвалищами. За даними, на вітчизняних сміттєзвалищах сконцентровано близько 35 млрд. т. твердих відходів, а кожного року, як зазначає В.Михайленко, «в країні створюється 12 тисяч несанкціонованих сміттєсховищ, оскільки полігонів для сміття просто не вистачає», адже обсяги їх утворення показують позитивну динаміку.

За даними, «у населених пунктах країни щороку накопичується близько 35 млн. куб. метрів твердих побутових відходів, що захоронюються на 770 полігонах загальною площею майже 3 тис. гектарів та частково утилізуються на сміттєспалювальних заводах». Така сама ситуація і за межами України,

«більшу частину твердих побутових відходів продовжують вивозити на звалища (полігони). У країнах СНГ таким чином відбувається захоронення близько 99 % відходів, у США – 61 %, Європі – 30–65 %, Японії – 21 %».

Зважаючи на дані Державного комітету статистики, можна стверджувати, що до основних показників поводження з відходами належать показники їх утворення, утилізації, спалення та видалення в спеціально відведених місцях. Відповідно до даних Державного комітету статистики, майже весь обсяг відходів, утворених за період 2010–2017 років, накопичується, незначна їх частина утилізується, видаляється та спалюється.

Сьогодні в Україні ринок вторинної сировини є непрозорим. Більш ніж на 50% він перебуває в тіні. Крім цього, ринок переробки твердих побутових відходів, а отже, також вторинних ресурсів, в Україні є на початковій стадії розвитку. Причиною цього є відсутність тарифу на переробку твердих побутових відходів. Незважаючи на те, що законодавство України передбачає роздільний збір твердих побутових відходів, виконання його положень є обмеженим. Для ефективного розвитку ринку вторинної сировини в Україні необхідно прийняти європейські прозорі закони.

Але першочерговим кроком має бути прийняття тарифу на переробку вторинної сировини. А також – створення та впровадження всеукраїнської концепції розвитку сфери поводження з відходами, яка була б базовою для розвитку таких концепцій на регіональному та місцевому рівнях.

Оскільки Україна прагне досягти рівня розвитку європейських країн і бути повноправним членом Європейського Союзу, то на нашу думку їй потрібно звернути увагу на ті цілі які ставить перед собою ЄС, для переходу до циркулярної економіки і активно використовувати його досвід.

Загалом можна виокремити такі орієнтовані кроки переходу до циркулярної економіки ЄС в цілому:

- утилізація 65% побутових відходів до 2030 р.;
- утилізація 75% пакувальних відходів до 2030 р.;
- зменшення звалищ до максимум 10% побутових відходів до 2030 р.;
- просування економічних інструментів з метою протидії звалищам;
- спрощені та узгоджені методи розрахунку для ставок переробки на всій території ЄС;
- конкретні заходи щодо сприяння повторному використанню і стимулювання промислового симбіоз-перетворення побічного продукту однієї галузі в сировину іншої галузі.

Постає питання: Чи існують перспективи для впровадження даної моделі економіки в Україні та з чого потрібно починати? Насправді, іншого виходу просто не існує. Для того, що щоб навчити українців правильно поводитися з відходами і пояснити їм, що в сучасному та майбутньому світі вторинний ресурс – це частина економіки, потрібно впровадити спеціальні освітні програми в навчальних закладах, підсиливши їх соціальною рекламою та підвищенням оплати за вивіз сміття, з обов'язковою умовою – встановити контроль за якістю надання послуг з вивозу відходів. Все це потрібно поступово закріпити на законодавчому рівні, передбачивши відповідальність (штрафи за їх порушення).

Людям треба розповідати про товари з переробленої сировини і надати можливість ними користуватися. В свій час таку кампанію пройшла і Німеччина і коштувала вона мільйони євро (навіть у казках для дітей піднімалася тема сортування відходів). Лише так коло замкнеться, і наша країна наблизиться до моделі циркулярної економіки. Адже, циркулярна економіка – це як конструктор. Як живий організм є частиною «харчового ланцюга», так і сміття є ланкою ланцюжка промислового.

Підсумовуючи вищезазначене, можна констатувати, що циркулярна економіка створює нові і безпрецедентні можливості для створення багатства і благополуччя, а також є основним двигуном для досягнення програми ООН 2030 р. і цілей сталого розвитку. Світ дійсно потребує країн-піонерів, які шукають операційні моделі економічного зростання та підвищення добробуту без надмірного споживання викопних видів палива і природних ресурсів. Зміна клімату і виснаження природних ресурсів – дві найбільш гострі глобальні проблеми. Тому відходи можуть бути знижені за рахунок переходу до циркулярної економіки. У такій економічній системі відходи матеріалів і їх утворення зведено до мінімуму. У практичному плані це може означати, що продукт повинен бути сконструйований таким чином, щоб його матеріали були віддільні і піддавалися вторинній переробці. Пошук шляхів вирішення проблеми зміни клімату та збереження природних ресурсів обумовило створення глобальної бізнес-моделі з дуже швидким темпом зростання. У циркулярній економіці найважливіше значення полягає не в матеріальних потоках або відходах, а в набагато цінніших методах, таких як технічне обслуговування, повторне використання та переробка обладнання.

Перехід до циркулярної економіки означає зміни в думках і діях. Це вимагає системного підходу та впливає на те, як бізнес-моделі, управління, право, логістика, житлове будівництво, сільське господарство і т. д., будуть організовані й структуровані. Циркулярна економіка є системою, в якій сировинні потоки ефективно управляються і переробляються, виконуються повністю на основі відновлюваних джерел енергії та будь-які дії не викликають негативного впливу на життя людини й екосистем у рамках формування і функціонування глобальних циркулярних ланцюгів створення доданої вартості.

**А.І. Тепляшина, магістрант, гр. ЗЕП-17м, ФЕМ**  
**Науковий керівник – к.е.н., доц. О.Г. Денисюк**  
*Житомирський державний технологічний університет*

## **ОЦІНКА ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА**

Фінансовий стан підприємства визначається результатами виробничої, комерційної та фінансово-господарської діяльності. Саме тому, пошук резервів, який може бути використаний для покращення фінансового стану підприємства, може бути здійснений шляхом ретельної оцінки всіх компонентів його діяльності. Основне завдання фінансової оцінки підприємства – це своєчасне усунення недоліків у фінансовій діяльності, прийняття управлінських рішень для покращення фінансового стану підприємства та уникнення його банкрутства. Значна увага до аналізу фінансового стану підприємства та шляхів його оцінки приділяється тому, що, з одного боку, він є результатом діяльності підприємства, а з іншого – виявляє передумови розвитку підприємства.

У працях зарубіжних і вітчизняних економістів досліджено широке коло питань, пов'язаних з аналізом фінансового стану підприємства, його оцінкою та управлінням. Методичні основи кількісного виміру та оцінки фінансового стану підприємств і трактування його сутності зафіксовано також і в нормативних актах відповідних міністерств (відомств). Серед науковців, які приділили значну увагу дослідженню фінансового стану підприємств, слід виділити таких як І.Т. Балабанов, Л.А. Бернстайн, А.П. Ковальов, В.В. Ковальов, Г.В. Савицька, І.О. Бланк, Г.Г. Кірейцев, М.Г. Чумаченко, А.Д. Шермет, Є.В. Мних, В.О. Мец, В.М. Івахненко, С.Ф. Покропивний, А.М. Поддєрьогін, Ю.С. Цал-Цалко та інші.

Для забезпечення задовільного фінансування на кожному підприємстві та побудови ефективної системи фінансового менеджменту необхідно розробити та забезпечити реалізацію системи аналізу та оцінки фінансового стану, що є відображенням функціонування даного підприємства на ринку, реалізації завдань його фінансової стратегії, а також політики, фінансового менталітету власників і т.д.

На сьогодні, фінансовий аналіз є способом накопичення, перетворення та використання інформації фінансового характеру з метою:

- оцінювання поточного та перспективного фінансового стану підприємства;
- оцінювання можливого та доцільного темпів розвитку підприємства з позиції їх фінансової підтримки;
- визначення наявних джерел коштів, оцінювання можливості та доцільності їх мобілізації, прогнозування ситуації підприємства на ринку капіталу.

Принципи фінансового аналізу регулюють процедурний аспект його методології та методики. До них відносяться: об'єктивність, системність, складність, регулярність тощо.

Аналіз фінансового стану досягає наступних цілей: визначення фінансового стану; виявлення змін у фінансовому стані в просторово-часовому режимі; виявлення основних факторів, що спричинили зміни у фінансовому стані.

Фінансовий аналіз проводиться з використанням різних типів моделей, що дозволяють структурувати та визначати відносини між ключовими показниками.

Первинним етапом вдосконалення фінансового стану вітчизняних підприємств у сучасних економічних умовах є пошук оптимального співвідношення власного та позикового капіталу, який забезпечить мінімальний фінансовий ризик за максимальної рентабельності власного капіталу. Менеджменту підприємств потрібно систематично, докладно аналізувати фінансовий стан підприємства та, в залежності від того, яка динаміка показників, приймати відповідні рішення.

Для поліпшення оцінки фінансового стану підприємств узагальнимо наступні шляхи: адаптація методики аналізу до потреб підприємств; вдосконалення теоретичних засад формування та реалізації інформаційної системи підприємства; розробка методичного забезпечення процесу прогнозування фінансового стану підприємства; вивчення ринку збуту продукції та підвищення обсягу реалізованої продукції; нарощення грошових коштів на розрахунковому рахунку підприємства, що призведе до збільшення коефіцієнта абсолютної ліквідності – дозволить підприємству брати довго- і короткострокові позики в банку для фінансування поточної діяльності, які видаються лише платоспроможним підприємствам, в яких коефіцієнт абсолютної ліквідності відповідає нормі. Зростання обсягів грошових коштів можна забезпечити за рахунок реалізації зайвих активів, здачі їх в оренду.

Таким чином, оцінка фінансово-економічних результатів діяльності підприємства є невід'ємною частиною фінансового аналізу. Основними показниками, що характеризують продуктивність підприємства, є рівень прибутку (збитку) та рентабельність. Фінансово стійким можна вважати таке підприємство, яке за рахунок власних коштів спроможне забезпечити достатні обсяги запасів і витрат, не допустити невиправданої дебіторської та кредиторської заборгованостей, своєчасно розрахуватися за своїми зобов'язаннями.



**В.С. Ткачук, магістрант, гр. ЗЕП-17м, ФЕМ**  
**Науковий керівник – к.е.н. К.С. Орлова**  
*Житомирський державний технологічний університет*

## **УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ СТІЙКІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ОСНОВА ЙОГО ЕФЕКТИВНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ**

Сучасні реалії функціонування вітчизняних підприємств обумовлюють появу нових викликів та завдань перед керівництвом суб'єктів господарювання. Такі виклики і завдання пов'язані, насамперед, із необхідністю забезпечення стійкості, конкурентоспроможності та ефективності господарювання в умовах високого рівня нестабільності, загострення кризових явищ та загальних негативних тенденцій розвитку економічних відносин. Одним із ключових завдань при цьому є забезпечення фінансової стійкості підприємства.

Фінансова стійкість – це характеристика фінансового стану підприємства, що відображає міру його незалежності від зовнішніх кредиторів, а також стан та структуру сформованих фінансових ресурсів. Від того, наскільки ефективно підприємство управляє рівнем своєї фінансової стійкості істотно залежать перспективи його функціонування на ринку. Отже, розглянемо основні засади управління фінансовою стійкістю підприємства.

Безпосередньо управління як процес являє собою цілеспрямований вплив на об'єкт управління з метою досягнення бажаних його параметрів. Відтак, управління фінансовою стійкістю можемо визначити як цілеспрямований вплив суб'єкта управління на рівень фінансової стійкості з метою досягнення цільового її рівня та забезпечення незалежності від кредиторів. Об'єктом управління при цьому виступають стан та структура фінансових ресурсів підприємства, безпосередньо рівень фінансової стійкості підприємства. Суб'єкти управління можуть бути представлені достатньо широким колом працівників та керівників різних рівнів залежно від виконуваних ними функцій. Так, керівник підприємства (директор, голова Правління тощо) здійснює загальне управління фінансовою стійкістю підприємства, затверджує ключові плани розвитку (у т.ч. і у фінансовій сфері), приймає остаточні рішення щодо залучення значних обсягів фінансових ресурсів ззовні. Основні функції у сфері управління рівнем фінансової стійкості здійснює фінансова служба (або планово-економічний відділ, залежно від організаційної структури підприємства). Фінансова служба забезпечує визначення цільових та планових параметрів фінансової стійкості, розробку та реалізацію рішень у фінансовій сфері, контроль за їх виконанням. Бухгалтерія обслуговує розрахунки за фінансовими операціями. Керівники та працівники інших структурних підрозділів можуть брати участь у процесі управління в міру своїх повноважень та виконуваних функцій.

Основною метою управління фінансовою стійкістю є формування такої структури фінансових ресурсів, яка забезпечуватиме достатній рівень незалежності від зовнішніх кредиторів та, одночасно, мінімізацію фінансових витрат та інших витрат, пов'язаних із використанням фінансових ресурсів. Вважаємо, що управління фінансовою стійкістю для потреб забезпечення його ефективності повинне ґрунтуватися на наступних принципах:

- комплексний підхід, що передбачає врахування діяльності усіх підрозділів при управлінні фінансовою стійкістю підприємства;
- безперервність – ґрунтується на розумінні того факту, що управління є недискретним процесом, а отже, повинне здійснюватися постійно;
- законність – відзначає необхідність дотримання вимог чинного законодавства у процесі управління;
- ефективність – з одного боку, витрати на управління повинні бути меншими за одержані результати, з іншого – критерієм прийняття рішень у сфері управління фінансовою стійкістю є перевищення прогнозованих вигід над понесеними витратами;
- релевантність – управління фінансовою стійкістю повинне відповідати вимогам існуючого середовища та забезпечувати швидку реакцію на зміни відповідних чинників;
- альтернативність – передбачає наявність та оцінювання альтернативних варіантів досягнення цілей у сфері управління фінансовою стійкістю.

Зрозуміло, що наведений перелік принципів не є вичерпним, проте вважаємо, що зазначені можуть бути віднесені до основних.

Отже, раціонально побудоване управління фінансовою стійкістю забезпечує високий рівень незалежності підприємства від зовнішніх кредиторів, мінімізацію його фінансових витрат, достатній рівень платоспроможності, відтак – ефективності функціонування суб'єкта господарювання в цілому. Фінансова стійкість підприємства формує вагому передумову досягнення та підтримки ефективності його функціонування та розвитку.

**В.П. Шмалюк, магістрант, ФЕМ**

**М.Ю. Ващенко, студ.**

**Науковий керівник – к.е.н., доц. М.Ф. Плотнікова**

*Житомирський національний агроекологічний університет*

## **ІННОВАЦІЙНА ОРІЄНТАЦІЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ ЯК ОСНОВА ЇХ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ**

Інноваційно орієнтованим підприємством доцільно вважати динамічну економічну систему з високим рівнем інновативності, яка саморозвивається на основі використання чи створення управлінських інновацій поряд із продуктовими та техніко-технологічними, оперуючи розвитком у процесі функціонування через інноваційні провадження в економічній діяльності та колаборативні відносини зі стейкхолдерами. Функціонування таких підприємств є основою їх розвитку і ґрунтується на провадженні саме економічної діяльності. Застосування інновацій при цьому є джерелом та активатором саморозвитку. На відміну від класичної класифікації інноваційних підприємств, інноваційно орієнтовані слід поділяти за інноваційною моделлю функціонування, орієнтацією інноваційної діяльності, специфікою інноваційно орієнтованого виробництва, активністю у використанні типу інновацій, напрямом використанням інтелектуальних ресурсів, часткою власності на об'єкти інтелектуальної власності, участю у створенні інновацій, джерелом капіталу для інновацій, нормуванням обсягів реалізації інноваційної продукції та витрат на НДДКР. Результати проведеного дослідження дозволять обґрунтовано підходити до вивчення питань функціонування та розвитку інноваційно орієнтованих підприємств.

Інноваційний процес у сільськогосподарському виробництві – це постійний, безперервний процес перетворення окремих технічних, технологічних, агрохімічних, біологічних та організаційно-економічних ідей і наукових варіантів вирішення певного практичного завдання з метою переходу аграрних галузей та підприємств на якісно новий рівень виробничого процесу. Упровадження інновацій є важливим напрямом розвитку АПК, який сприяє розв'язанню таких важливих завдань, як: забезпечення продовольчої безпеки країни, що зумовлює принципи самозабезпечення і незалежності АПК, доступності і якості його продукції; створення належного рівня екологічної безпеки України (застосування екологічно безпечних добрив, зниження рівня викидів); підвищення рентабельності та конкурентоспроможності продукції. Структурними ланками інноваційного управління є: стратегія, розробка та здійснення єдиної інноваційної політики, кадрового забезпечення інноваційних процесів, розробка програм інноваційної діяльності, забезпечення проектів ресурсами (у т. ч. фінансовими й інформаційними), відбір та впровадження інноваційних проектів, створення інноваційної інфраструктури, моніторинг інноваційної діяльності тощо.

Стратегічне управління та стратегічний аналіз в ПСПЗОВ «Україна» є інноваційним процесом прийняття рішень, який об'єднує внутрішні організаційні сильні сторони з загрозами і сприятливими можливостями. Проаналізувавши й зіставивши можливості із сильними сторонами ПСПЗОВ «Україна», дійдемо висновку, що за даних умов для сільськогосподарського підприємства буде вигідно організувати цілорічну торгівлю через склад-магазин, причому наявність умов зберігання позитивно позначиться на якості продукції за умови довгострокової реалізації. Крім цього, буде представлена продукція різних видів. Спираючись на сильні ПСПЗОВ «Україна», можна знижувати загрози, застосовуючи гнучку цінову політику для боротьби з небажаними конкурентами для цього потребує інноваційного підходу.

Основним завданням ПСПЗОВ «Україна» є розробка і впровадження (через програми, проекти, стратегії) нових мотиваційних механізмів інноваційного процесу, забезпечення комерціалізації та ринкового попиту на інноваційну продукцію. Вихід із сучасного кризового економічного стану ПСПЗОВ «Україна» вимагає інноваційного вдосконалення, зорієнтованого на ресурсозберігаючі технології, на сучасні види енергії та технічні засоби для їх реалізації, на використання нетрадиційних і відновлювальних джерел енергії з одночасним підвищенням врожайності та продуктивності тваринництва. Як базову інноваційну стратегію ПСПЗОВ «Україна» ми пропонуємо стратегію диференціації. Базовою пропонуємо стратегію диференціації, яка потребуватиме до 854 тис.грн. ставка буде зроблена на гармонізацію відносин «Людина – Природа» як основа сталого розвитку людства та базису суспільно-динамічного становлення національної соціо-еколого-економічної системи. В умовах ПСПЗОВ «Україна» найбільшої актуальності набирають органічне виробництво та пермакультурний дизайн як підходи, що передбачають повернення органічної біомаси та забезпечення кругообігу органічної сировини за рахунок застосування біомікробі, ошадливих та ґрунтозберігаючих технологій. Створення стійких ландшафтів є середоутворюючими умовами функціонування соціальних систем у формі лісосаду. Найбільш простим механізмом забезпечення систем пермакультурного дизайну є розвиток та практична реалізація ідеї «Родова садиба», в тому числі з позиції виробництва палива з відновлюваних джерел. Проведене прогнозування показує, що ПСПЗОВ «Україна» в перспективі очікує зростання витрат на інновації продукції в 2017 році – 783 тис.грн, а 2018 р – 854 тис.грн.

К.О. Юзепчук, студ., IV курс, гр. ЕП-43, ФЕМ  
 Науковий керівник – к.е.н., доц. Т.Ю. Мельник  
 Житомирський державний технологічний університет

### ТЕОРЕТИЧНА СУТНІСТЬ ПОНЯТТЯ «НЕОБОРОТНІ АКТИВИ» ТА ЇХ СКЛАД

Для здійснення господарської діяльності, кожне підприємство в першу чергу повинно мати у своєму розпорядженні певне майно, що належить йому на правах власності та називається його активами. Активи підприємства – це майно, що виражається в матеріальній і нематеріальній формах, яке може бути придбане суб'єктом господарювання за рахунок власних або залучених ресурсів, що перебувають у його власному розпорядженні та призначені для використання у фінансово-господарській діяльності з метою одержання максимального прибутку. Формування активів спрямоване на досягнення визначених підприємством цілей, які дозволяють йому проводити господарську діяльність, відповідно до місій та стратегій розвитку.

Фундаментальною основою підприємства є необоротні активи. Чинниками, що впливають на те чи буде підприємство мати довгостроковий успіх або зазнає невдачі є такі: сформована на початку розвитку суб'єкта господарювання структура необоротних активів; якість поточного управління необоротними активами; ефективність їх використання у виробничому процесі.

Проблемними питаннями щодо визначення сутності, формування, ефективного використання та відтворення необоротних активів підприємств займаються багато дослідників, зокрема серед українських науковців слід виділити С. Ф. Голова, Л. Л. Горецьку, В. В. Сопка, Н. М. Урбана та інших.

Для правильного визначення поняття «необоротні активи» та розкриття їх сутності необхідно дослідити, що розуміють під цим терміном як в економічній літературі, так і в нормативних документах (табл. 1).

Таблиця 1

Визначення поняття «необоротні активи» в економічній літературі та нормативних документах

Джерело	Визначення
1	2
<b>Економічні джерела</b>	
Великий словник бухгалтера / уклад. В. Кузнецов, О. Михайленко. – 2-ге вид., перероб. і доп. – Х. : Фактор, 2005. – 532 с.	Необоротні активи – матеріальні та нематеріальні ресурси, які належать підприємству і забезпечують його функціонування, термін використання яких складає більше одного року чи операційного циклу [с. 320].
Економічна енциклопедія : у трьох томах. Т. 2 / редкол.: С. В. Мочерний (відп. ред.) та ін. – К.: Видавничий центр «Академія», 2001. – 848 с.	Необоротні активи – матеріальні, нематеріальні та фінансові ресурси, термін корисного використання яких перевищує календарний рік (або операційний цикл).
Фінансово-інвестиційний словник [уклад Дж. Доунс, Дж. Еліот Гудман.] перевод 4-го, перераб. и доп. англ. изд. М. : ИНФРА-М, 1997. – 586 с.	Необоротні активи – майнові цінності, конвертація яких у грошові кошти, продаж чи обмін під час виробничого циклу діяльності підприємства, який зазвичай складає один рік, не планується.
Михайлов М.Г. Бухгалтерський облік у бюджетних установах: навч. посібник / М.Г. Михайлов, М.І. Телегунь, О.П. Славкова. – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 384 с.	Необоротні активи – це матеріальні та нематеріальні ресурси, які належать установі та забезпечують її функціонування і строк корисної експлуатації яких, як очікується, становить більше від одного року.
Семйон В.С. Поняття необоротних активів, їх класифікація та склад / В.С. Семйон // Вісник Житомирського державного технологічного університету: економічні науки. – 2009. – № 3. – С. 161–167.	Автор пропонує змінити назву необоротні активи на довгострокові активи (засоби). Довгострокові активи (засоби) – це сукупність матеріальних і нематеріальних ресурсів та прав, які належать суб'єкту господарювання, беруть участь у виробничому процесі, переносять свою вартість на продукцію частинами та корисний ефект від використання яких очікується отримувати протягом періоду, який становить більше одного року (або операційного циклу) [с. 166].
<b>Нормативні документи</b>	
НП(С)БО № 1 «Загальні вимоги до	Необоротні активи – всі активи, що не є оборотними.

1	2
фінансової звітності», затверджене Наказом Міністерства фінансів України від 07.02.2013 р. № 73.	Оборотні активи – гроші та їх еквіваленти, що не обмежені у використанні, а також інші активи, призначені для реалізації чи споживання протягом операційного циклу чи протягом дванадцяти місяців з дати балансу.
Положення про порядок віднесення майна до такого, що включається до складу цілісного майнового комплексу державного підприємства, затверджене наказом Фонду Державного майна України № 1954 від 29 грудня 2010 року (п. 3)	Необоротні активи – матеріальні та нематеріальні ресурси, які закріплюються за підприємством на праві господарського відання чи праві оперативного управління і забезпечують провадження його основної діяльності та строк корисної експлуатації яких становить більше одного року або операційного циклу, якщо він більший, ніж рік.
Порядок бухгалтерського обліку, збереження та використання необоротних активів у Федерації профспілок України: Розпорядження голови ФПУ від 13.11.2006 р. №180.	Необоротні активи – це матеріальні та нематеріальні ресурси, які є на баланс ФПУ та надані у розпорядження структурним підрозділам для їх експлуатації і строк корисної експлуатації яких, як очікується, становить більше одного року.

При визначенні змісту поняття необоротних активів кожний автор трактує його по своєму та виділяє свої характерні риси. Єдиного визначення необоротних активів немає. Майже всі автори обов'язковим вважають характерними рисами для необоротних активів економічну вигоду від їх використання, а також тривалий строк корисного використання. Так, за В. Кузнецовим та О. Михайленком, необоротні активи – це ресурси, що використовуються і належать підприємству, термін використання яких складає більше, ніж рік. С.В. Мочерний вважає, що необоротні активи – це матеріальні, нематеріальні та фінансові ресурси, термін корисного використання яких перевищує календарний рік.

Вважаємо за доцільним розглянути визначення необоротних активів у чинних нормативних документах. Відповідно до НП(С)БО № 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності», необоротні активи – всі активи, що не є оборотними, а саме до оборотних активів належать: гроші та їх еквіваленти, що не обмежені у використанні, а також інші активи, призначені для реалізації чи споживання протягом операційного циклу чи протягом дванадцяти місяців з дати балансу. Це визначення зовсім не розкриває змісту досліджуваного поняття, оскільки воно не визначає жодну з характерних рис цього виду засобів. Крім того, проблема виникає і у зв'язку з тим, що у різних законодавчих актах наводиться різне визначення поняття. Так, відповідно до положення про порядок віднесення майна до такого, що включається до складу цілісного майнового комплексу державного підприємства, затверджене наказом Фонду Державного майна України № 1954, необоротні активи – це матеріальні та нематеріальні ресурси, які закріплюються за підприємством на праві господарського відання чи праві оперативного управління і забезпечують провадження його основної діяльності та строк корисної експлуатації яких становить більше одного року. Виходячи з цього, необхідним є узгодження нормативних актів України і введення єдиного тлумачення терміну необоротні активи, яке б достатньою мірою розкривало його зміст.

Узагальнивши все вище сказане, визначаємо необоротні активи як економічні ресурси, що належать підприємству та забезпечують його функціонування, отримання максимального прибутку і термін корисного використання становить більше одного року. Дане визначення є простим, зрозумілим та повністю відображає економічну сутність досліджуваного поняття.

Краще зрозуміти економічну сутність необоротних активів допомагає дослідження їх складу. Склад необоротних активів відображає його функціональні елементи. Елементи необоротних активів віддзеркалюються у фінансових звітах, зокрема у балансі (Звіт про фінансовий стан). У зв'язку із впровадженням П(С)БО № 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності», класифікація необоротних активів у Балансі (Звіті про фінансовий стан) підприємств дещо відрізняється від класифікації необоротних активів у попередній формі Балансу, та від класифікації необоротних активів у Плані рахунків бухгалтерського обліку. Таким чином, відповідно до вимог чинного вітчизняного законодавства, необоротні активи складаються з таких елементів: нематеріальні активи; незавершені капітальні інвестиції; основні засоби; інвестиційна нерухомість; довгострокові біологічні активи; довгострокові фінансові інвестиції; довгострокова дебіторська заборгованість; відстрочені податкові активи; інші необоротні активи.

Отже, визначення сутності необоротних активів є досить важливим завданням економічної теорії. В той же час, дослідження економічної сутності терміну необоротні активи свідчить, що однозначного трактування його змісту в літературних і нормативно-правових джерелах немає. Виходячи з цього, необхідним є введення єдиного загальноприйнятого визначення досліджуваного поняття, що забезпечить адекватне розуміння сутності необоротних активів та призведе до покращення відображення інформації щодо них у фінансовій звітності для користувачів під час прийняття управлінських рішень.

### ГАРМОНІЗАЦІЯ ЕКОНОМІЧНОГО ТА ЕКОЛОГІЧНОГО РЕГУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ ЗОНИ РАДІАЦІЙНОГО ЗАБРУДНЕННЯ НА РІЗНИХ РІВНЯХ УПРАВЛІННЯ

Розвиток сільськогосподарських підприємств зони радіаційного забруднення як у техніко-технологічному, так і соціально-економічному відношенні не забезпечує екологорівноваженого, сталого розвитку екосистем, а відтак, й ефективного та конкурентоспроможного їх функціонування. Враховуючи збільшення навантаження на навколишнє середовище, дана економіко – екологічна проблема потребує першочергового практичного вирішення, оскільки знаходиться в числі пріоритетних.

Сільськогосподарські підприємства радіаційно забруднених областей України до теперішнього часу будують свої відносини з природою переважно на основі екстенсивного споживання наявних багатств природного середовища. Таке відношення до природи зумовлює появу як локальних, так і глобальних економічних і екологічних проблем, скоординованих у сільському господарстві та пов'язаних у першу чергу зі зниженням родючості ґрунтів, кількістю та якістю одержуваної продукції. У зв'язку з цим, досить актуальним постає питання про формування нових відносин аграрного сектора із природою. Це потребує визначення особливостей організації аграрного виробництва зони радіаційного забруднення на всіх рівнях управління: місцевий (підприємство), районний (адміністративний район, об'єднана територіальна громада), регіональний (регіон, область), національний (рис. 1).

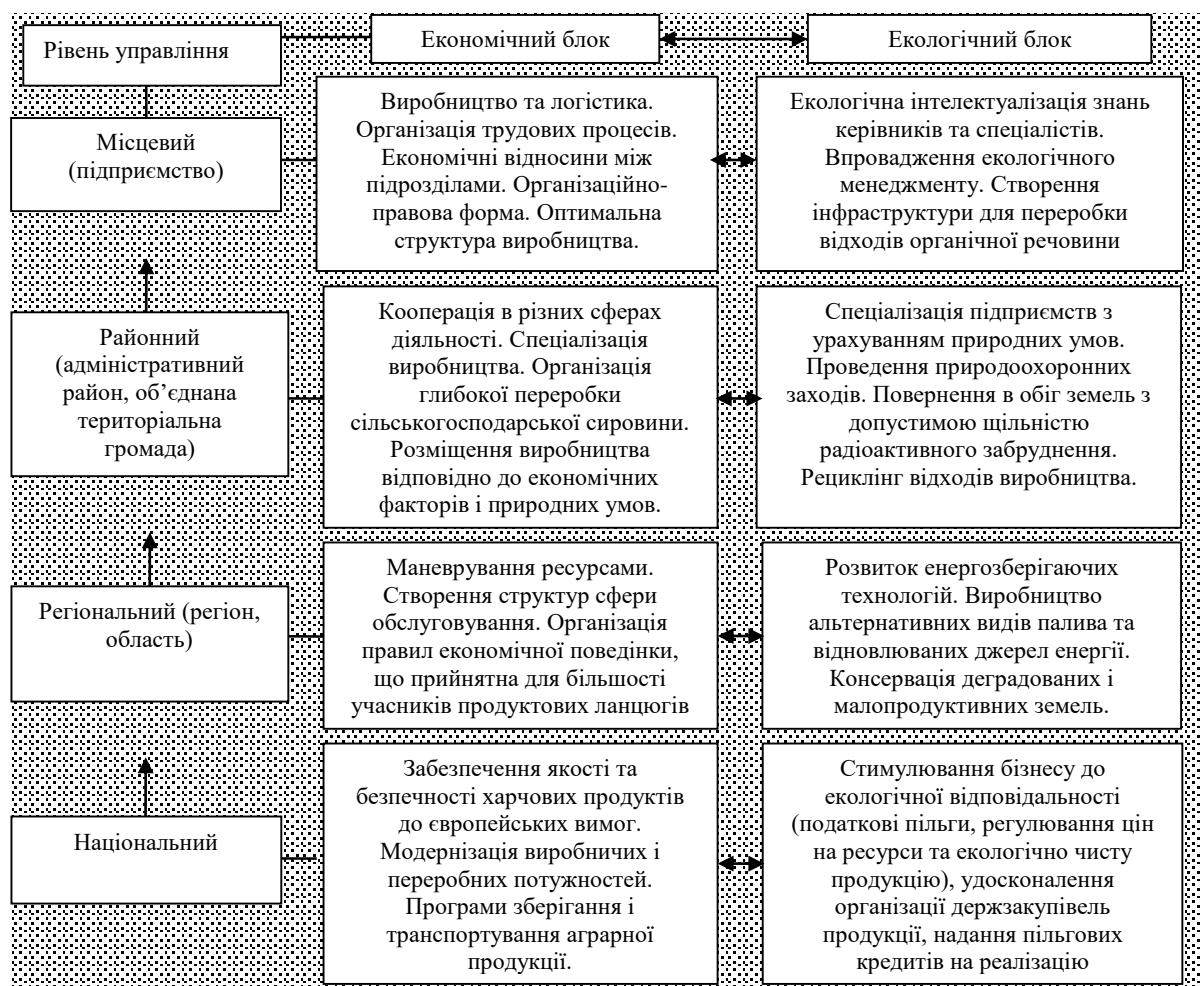


Рис. 1. Організація та стимулювання аграрного виробництва зони радіаційного забруднення на різних рівнях управління

Джерело: авторська розробка

Створення умов для сталого розвитку слід розпочинати з місцевого рівня (сільськогосподарських підприємств), саме ця ланка повинна стати найважливішою стратегічною ціллю державної політики, оскільки від рівня їх розвитку залежить життєздатність сільського господарства та сільських територій, забезпечення продовольчої безпеки, конкурентоспроможність вітчизняної економіки та добробут населення. Основною метою даного рівня є максимальне виробництво продукції за мінімальних витрат, отримання прибутку за умови дотримання екологічних вимог, що гарантують збереження природного середовища.

Економічний розвиток підприємств і екологічна безпека, потребує таких принципів та функцій, виконання і дотримання яких забезпечить вигоду від правильного виконання трудових процесів. Система ведення тваринництва та рослинництва підприємств в конкретних умовах, повинна вписуватися в природне середовище й не наносити йому збитків. Це потребує:

- розробки детальних технологічних карт;
- обґрунтування спеціальних форм організації й ведення виробництва з урахуванням дієздатності сільськогосподарських підприємств щодо використання природних ресурсів як основних засобів його здійснення;
- переробки, зберігання та реалізації продукції;
- створення інфраструктури для переробки відходів органічної речовини рослинництва та тваринництва;
- інформаційного забезпечення регулювання економічних відносин між підрозділами;
- екологічна інтелектуалізація знань керівників та спеціалістів.

На рівні районів (адміністративний район, об'єднана територіальна громада) повинна здійснюватися кооперація сільськогосподарських підприємств за різними сферами діяльності: переробка і реалізація сільськогосподарської продукції; обслуговування виробничих і невиробничих потреб. Відбувається координація спеціалізації та інших заходів, метою яких є збільшення обсягу кінцевої продукції, зменшення продажу сільськогосподарської сировини та розширення бази для оподаткування. Зональне районування передбачає розміщення виробництва відповідно до економічних факторів і природних умов.

На рівні регіону (область) в якості головної цілі виступає максимальне задоволення потреб населення в продуктах харчування та забезпечення розвитку сільськогосподарських підприємств усіх організаційно-правових форм господарювання.

Для забезпечення організації охорони довкілля, повинні розроблятися схеми розміщення виробництва сільськогосподарської продукції спрямовані на ощадне використання природного потенціалу для збереження навколишнього середовища, запроваджуватися енергозберігаючі технології, відновлювані джерела енергії у галузях агропромислового виробництва. Тому, виникає необхідність на рівні регіону, маневрувати ресурсами для отримання найбільшої вигоди. Потрібно посилити роль інформаційно-консультативних служб, створювати асоціації учасників продуктових ланцюгів для вигідного партнерства.

На національному рівні (держава) повинні створюватися умови для вигідного виробництва та раціонального природокористування. Розробка і реалізація державних програм з природо- та ресурсозбереження забезпечуватимуть багатофункціональний розвиток сільськогосподарських підприємств.

При формулюванні цілей сталого розвитку сільськогосподарських підприємств слід виходити з необхідності поєднання екологічних вимог з економічними інтересами. Концепція сталого розвитку передбачає зміну парадигм традиційної економіки, гуманізацію та екологізацію її головних принципів, пошук спільних підходів і узгодженості концепцій розвитку екологічних та економічних систем.

Сталий розвиток сільськогосподарського підприємства [1, с.11] це такий спосіб його функціонування, що зорієнтований на досягнення взаємодії між ресурсами, технологіями і менеджментом з економічним, соціальним та екологічним середовищем. Це процес ефективного та рентабельного виробництва екологічно безпечної сільськогосподарської продукції з ціллю задоволення попиту на продовольчі товари за умов дотримання екологічних вимог з використання, збереження і відтворення природних ресурсів. Відтак, перед кожним сільськогосподарським підприємством, що працює на землі, стоїть психологічне завдання – змінити господарську стратегію з метою відновлення і збереження екологічного благополуччя кожної ділянки землі з притаманними їй унікальними властивостями та забезпечити екологічну безпеку селян, що працюють і проживають на відповідній території.

Активізація даного процесу, на наше переконання, вимагає розробки та впровадження економічного механізму стимулювання сільськогосподарських підприємств щодо чистих технологій, удосконалення системи екологічного менеджменту та контролю, розвитку екологічної сертифікації технологій і продукції.