МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»

# ВІСНИК

## *НАЦІОНАЛЬНОГО ТЕХНІЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ «ХАРКІВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ»*

(економічні науки)

№ 45 (1266) 2017

*Збірник наукових праць*

*Видання засноване у 1961 р.*

Харків
НТУ «ХПІ», 2017

**Вісник НТУ «Харківський політехнічний інститут» (економічні науки)**. Збірник наукових праць. – Х. : НТУ «ХПІ». – 2017. – № 45 (1266). – 125 с.

**Державне видання**
**Свідоцтво Держкомітету з інформаційної політики України**
**КВ № 5256 від 2 липня 2001 року**

*Мова статей – українська, російська, англійська.*

*Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» (економічні науки) внесено до «Переліку наукових фахових видань України, в яких можуть публікуватися результати дисертаційних робіт на здобуття наукових ступенів доктора і кандидата наук», затверджено наказом Міністерства освіти і науки України від 09.03.2016 р., № 241.*

***Координаційна рада:***
*Л. Л. Товажнянський, д-р техн. наук, проф. (**голова**);*
*К. О. Горбунов, канд. техн. наук, доц. (**секретар**);*
*Є. І. Сокол, д-р техн. наук, чл.-кор. НАН України; А. П. Марченко, д-р техн. наук, проф.;*
*Є. Є. Александров, д-р техн. наук, проф.; А. В. Бойко, д-р техн. наук, проф.;*
*Ф. Ф. Гладкий, д-р техн. наук, проф.; М. Д. Годлевський, д-р техн. наук, проф.;*
*А. І. Грабченко, д-р техн. наук, проф.; В. Г. Данько, д-р техн. наук, проф.;*
*В. Д. Дмитриєнко, д-р техн. наук, проф.; І. Ф. Домнін, д-р техн. наук, проф.;*
*В. В. Єпіфанов, канд. техн. наук, проф.; Ю. І. Зайцев, канд. техн. наук, проф.;*
*П. О. Качанов, д-р техн. наук, проф.; В. Б. Клепіков, д-р техн. наук, проф.;*
*С. І. Кондрашов, д-р техн. наук, проф.; В. І. Кравченко, д-р техн. наук, проф.;*
*Г. В. Лісачук, д-р техн. наук, проф.; О. К. Морачковський, д-р техн. наук, проф.;*
*В. І. Ніколаєнко, канд. іст. наук, проф.; П. Г. Перерва, д-р екон. наук, проф.;*
*В. А. Пуляєв, д-р техн. наук, проф.; М. І. Рищенко, д-р техн. наук, проф.;*
*В. Б. Самородов, д-р техн. наук, проф.; Г. М. Сучков, д-р техн. наук, проф.;*
*Ю. В. Тимофієв, д-р техн. наук, проф.; М. А. Ткачук, д-р техн. наук, проф.*

***Редакційна колегія серії:***
***Відповідальний редактор:*** *П.Г. Перерва, д-р екон. наук, проф.;*
***Заст. відповідального редактора:*** *М.І. Погорєлов, к-д. екон. наук, проф.*
*С.М. Погорєлов, к-д. екон. наук, проф.*
***Відповідальний секретар:*** *О.А. Круглов*
***Члени редколегії:*** *А.І. Яковлєв, д-р екон. наук, проф.; В.Я. Заруба, д-р екон. наук, проф.; А.І. Архієреєв, д-р екон. наук, проф.; В.Я. Міщенко, д-р екон. наук, проф.; О.В. Манойленко, д-р екон. наук, проф.; П.А. Орлов, д-р екон. наук, проф.; В.Г. Герасимчук, д-р екон. наук, проф.; О.Є. Кузьмин, д-р екон. наук, проф.; Шімпф Карін, д-р екон. наук, проф.; Верес Шамоші Маріан д-р екон. наук, проф.; Ю.О. Дорошенко д-р екон. наук, проф.*

Вісник Національного технічного університету «ХПІ», серія «Технічний прогрес та ефективність виробництва» перереєстровано, відповідно з наказом МОН України від 09.03.2016 р., № 241, в Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» (економічні науки) , індексується в наукометричній базі **Google Scholar**.

*Рекомендовано до друку Вченою радою НТУ «ХПІ».*
*Протокол № 8 від 29 вересня 2017 р.*

*© НТУ «Харківський політехнічний інститут», 2017*

УДК: 339.146.4; 658.821

***А.В. КОСЕНКО, М.В. РІВЧАК, Л.М КОСОЛАП***

# ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ У ФОРМУВАННІ ЇХ ЗБУТОВОЇ ПОЛІТИКИ

Показана сутність конкуренції як об'єктивної закономірності розвитку товарного виробництва, заснованого на приватній власності на засоби виробництва, і товарного обміну. Показується економічна основа ринкової економіки (приватна власність), яка породжує відповідну мету виробництва. Такою метою є максимилизация прибутку і мінімізація витрат суб'єктів ринку. Тому боротьба за найбільш вигідні умови виробництва і збуту товарів в таких умовах неминуча, вона виступає на поверхні суспільства з ринковою економікою як конкуренція.

**Ключові слова:** конкуренція, недобросовісна конкуренція, монополія, продаж, канали розподілу, збутова політика.

Показана сущность конкуренции как объективной закономерности развития товарного производства, основанного на частной собственности на средства производства, и товарного обмена. Показывается экономическая основа рыночной экономики (частная собственность), которая порождает соответствующую цель производства. Такой целью является максимилизация прибыли и минимизация расходов субъектов рынка. Поэтому борьба за наиболее выгодные условия производства и сбыта товаров в таких условиях неизбежна, она выступает на поверхности общества с рыночной экономикой как конкуренция.

**Ключевые слова:** конкуренция, недобросовестная конкуренция, монополия, продажа, каналы распределения, сбытовая политика.

The essence of competition as an objective law of the development of commodity production, based on private ownership of the means of production, and commodity exchange, is shown. The economic basis of the market economy (private property) is shown, which generates the corresponding purpose of production. This goal is maximizing profits and minimizing the costs of market participants. Therefore, the struggle for the most favorable conditions for the production and marketing of goods in such conditions is inevitable, it acts on the surface of society with a market economy as a competition. The peculiarities of the influence and interconnection of factors of competitiveness with the use of elements of marketing communication, marketing logistics, financial-credit and investment-innovation support of formation in sales activity of enterprises. The factors of competitiveness and their role in the article are considered activity of enterprises in the marketing policy, ways to increase efficiency are outlined enterprises in Ukraine.

**Keywords:** competition, unfair competition, monopoly, sale, distribution channels, marketing policy.

**Вступ.** За сучасних умов господарювання, коли кожний виробник продукції чи постачальник послуг знаходиться у посиленій конкурентній боротьбі, повсякчас постає питання виживання та розвитку підприємства.

Конкурентоспроможність є однією з основних категорій, що широко використовується в теорії та практиці економічних наук, виступає багатоаспектним поняттям, що в перекладі з латинської мови означає суперництво, боротьбу за досягнення найкращих результатів

Не дивлячись на те, що вивченню поняття конкурентоспроможності останнім часом було приділено велику увагу в роботах як зарубіжних, так і вітчизняних економістів, єдності думки з цього питання немає. Це залишає поле для спроб глибшого осмислення конкурентоспроможності як економічного феномену. Сучасні визначення конкурентоспроможності, прийняті рядом офіційних міжнародних організацій і пропоновані окремими ученими, зводяться до визначення конкурентоспроможності як здатності компаній, галузей, регіонів і націй забезпечувати порівняно високий рівень прибутків і заробітної плати, залишаючись відкритими для конкуренції.

Рівень конкурентоспроможності підприємства полягає в можливості адекватної реакції підприємства на реальні і потенційні дії конкурентів. Звідси витікає важливість і актуальність для вітчизняних машинобудівних підприємств управлінського аспекту забезпечення конкурентоспроможності, адекватного механізму (системи) управління, що означає формування нею.

**Аналіз предметної області дослідження.** За умов ринкової економіки, активізації глобалізаційних та інтеграційних процесів, збільшуються можливості вітчизняних підприємств, у тому числі і машинобудівних, в освоєнні нових ринків збуту поряд із посиленням конкуренції в існуючому конкурентному середовищі, яке характеризується завищеною пропозицією. У зв’язку з цим, ключовим завданням, яке повинне вирішувати підприємства, стає залучення споживачів, а не задоволення попиту.

Такі зміни у зовнішньому середовищі вимагають від керівників адаптації до них діяльності всього підприємства та його стратегій, щоб бути конкурентоспроможними. Саме в такій ситуації головним фактором успішної діяльності підприємства має стати маркетинг, а управління конкурентоспроможністю підприємства, за умов непередбачуваного та нестабільного попиту, має відповідати принципам маркетингу - тобто бути маркетинговим управлінням конкурентоспроможністю підприємства.

Завдання підвищення конкурентоспроможності підприємств завжди були в полі зору зарубіжних і вітчизняних вчених, проте велика кількість питань на сьогодні залишаються не вирішеними внаслідок несистемного характеру їх досліджень, складності процесів оцінки конкурентних переваг, недостатньо відрегульованої правової системи взаємовідносин між підприємствами - конкурентами та відсутності ефективного механізму маркетингового управління підвищенням конкурентоспроможності. Ці та інші обставини визначили актуальність теми

© А.В. Косенко, Л.М. Косолап, М.В. Рівчак, 2017

дослідження та необхідність розробки сучасного механізму маркетингового управління підвищенням конкурентоспроможності вітчизняних промислових підприємств.

Серед основних дослідників питання «управління конкурентоспроможністю підприємства» слід відмітити досягнення Галелюка М.М., Тарнавська Н.П., Кузьміна О.Є., Балабанової Л. В., Бондаренко Г.С., Мансурова Р.Є [2-5]. В своїх роботах вчені, перш за все, намагались максимально конкретизувати визначення поняття «управління конкурентоспроможністю», а також розробити методологію визначення його рівня на конкретних підприємствах. Так, Галалелюком М.М. [4] узагальнено специфіку функціонування системи управління КСП підприємств різних галузей економіки та визначено управління КСП – як конкретну функцію менеджменту, що реалізується через здійснення загальних функцій з метою підтримання чи підвищення КСП та його товарів, що є складовими єдиної системи.

Результати аналізу літературних джерел свідчать про актуальність дослідження управління КСП, оскільки підходи удосконалюються на кожному етапі технологічного розвитку суспільства.

У сучасних умовах глобальної економічної інтеграції особливу важливість приділяють проблеми забезпечення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств.

Незважаючи на досить велику кількість наукових розробок вітчизняних і зарубіжних учених - економістів з питань управління конкурентоспроможністю, теоретичне обгрунтування ухвалення управлінських рішень по забезпеченню конкурентоспроможності доки є недостатнім.

В умовах ринкової економіки кожна фірма прагне до максимізації прибутку і розширення масштабів своєї економічної діяльності. Тому виробники виступают по відношенню один до одного не як зацікавленні в успіху один від іншого партнери, а як конкуренти, інтереси яких є взаємно суперечливими (кожен хотів би витіснить з ринку свого суперника).

Особлива увага приділяється товарному виробництву, заснованому на приватній власності на засоби виробництва, антагоністична боротьба між приватними товаровиробниками за найбільш вигідні умови виробництва і збуту товарів. Конкуренція одночасно виступає в якості механізму стихійного регулювання пропорцій суспільного виробництва.

Конкуренція - це виробничий процес ринкової економіки, а об'єктивна закономірність капіталістичного товарного виробництва (але як економічне явище виникла раніше формування ринкової економіки), бо кожне підприємство економічно відокремлено в силу панування приватної власності на засоби виробництва. Приватні інтереси підприємців, їх прагнення отримати максимальний прибуток (що є основним рушійним мотивом товарного виробництва в умовах ринку) неминуче обумовлюють запеклу конкурентну боротьбу між ними. «Конкуренція з іншої сторони це - такий спосіб ведення промисловості, коли вона керується окремими приватними власниками, то приватна власність невіддільна від індивідуального ведення промисловості» [1, с. 330]. Будучи важливим двигуном ринкової економіки, конкуренція не встановлює її закони, а виступає лише в ролі «виконавц» (слід-наслідком) даних, внутрішньо властивих товарному виробництву законів (насамперед, закону максимізації прибутку).

Конкуренція нерозривно пов'язана з характером товарного виробництва в умовах частної власності і є формою дії економічних законів ринкової економіки [3, с. 46]. Наявність гострої конкурентної боротьби свідчить про протилежності економічних інтересів протистоять один одному приватних підприємців і особистих груп капіталістів. Крім того, інтереси приватних виробників і суспільства так само далекі від збігу. На це вказував ще А. Сміт, хоча він і вважав, що суспільство не завжди страждає від цього, бо, переслідуючи свої власні інтереси, виробник, на його думку, часто більшь дієвим чином служить інтересам суспільства, ніж в тому випадку, коли він свідомо прагне їм служити.

Ринок спрямовує ресурси на виробництво лише користуються попитом товарів. У цьому сенсі ринкова економіка певною мірою є саморегулююча система, яка здатна ефективно функціонувати без прямого втручання держави, на що і роблять акцент ідеологи економічного лібералізма. «У певних умовах конкуренція призведе до розподілу ресурсів, яке забезпечує таке за обсягом і структурі виробництва товарів, яке забезпечило б тільки якийсь ідеалізований Центр, в точності знає все те, що знають тільки всі люди в своїй сукупності, і здатний використовувати це, знання найефективнішим чином» [4, с. 159].

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблеми конкурентоспроможності постійно досліджувалися у розвинених країнах. Теоретичним надбанням є наукові праці економістів-дослідників різних часів, а саме: Г. Азоєв, Д.М. Портер, Д. Рікардо, Дж. Робінзон, А. Сміт, А. Томпсон, Ф. Хайєк, Е. Чемберлен, А. Юданов, П. Самуельсон, Й. Шумпетер та інші. Світові результати дослідження проблеми конкурентоспроможності неможливо автоматично і в повному обсязі впровадити у вітчизняну економіку, оскільки існують різні умови і рівні її розвитку.

Україна перебуває на етапі становлення ринкової економіки і відповідно вивчення проблеми конкурентоспроможності знаходиться у зародковому стані. Перші результати дослідження цієї проблематики оприлюднені у наукових працях вітчизняних економістів-дослідників В.Андрійчука, В. Вітвицького, П. Гайдуцького, М. Маліка, В. Месель-Веселяка, Б. Пасхавера, П. Саблука, О. Шпичака, Ю.А. Лозовського, М.В. Макаренка, І.О. Герасименко.

**Формулювання цілей статті.** У ринкових умовах можуть зростати лише конкурентоспроможні підприємства. Результати аналізу економічного стану національної економіки не дають повного уявлення

про конкурентоспроможність окремих підприємств; їх недостатньо для визначення її рівня та формування стратегії збуту, яка забезпечить конкурентоспроможність. Формування стратегії є необхідною умовою для ефективного використання можливостей і конкурентних переваг діяльності підприємства з урахуванням його позицій на ринку.

Надзвичайно важливим сьогодні є обґрунтування використання концепції орієнтації комерційних зусиль у маркетингу для підвищення конкурентоспроможності підприємств у їх збутовій діяльності.

**Виклад основного матеріалу.** Вивчення існуючих підходів до визначення конкурентоспроможності дає змогу стверджувати, що конкурентоспроможність — це здатність товару, підприємства, країни займати певну ринкову нішу та залишатися прибутковим. Враховуючи суть конкуренції як економічного явища, під конкурентоспроможністю підприємств досліджуваної галузі розуміють можливість під-приємства у поточний момент часу забезпечувати ефективну діяльність, підтримувати сталий роз-виток та стійкі позиції на ринку через гнучке пристосування до змін маркетингового середовища.

Конкурентоспроможність виробництва характеризується сукупністю показників функціонування галузей і діяльності виробничих структур, що визначають їхній стабільний розвиток та успіх у конкурентній боротьбі на внутрішньому та зовнішньому ринках і оцінюється рівнем конкурентоспроможності окремих його підприємств і їхньої продукції.

Конкурентоспроможність підприємства – це комплексна порівняльна характеристика, що відображає ступінь переваги сукупності показників оцінки діяльності підприємства, які визначають його успіх на певному ринку за певний проміжок часу щодо сукупності показників підприємств-конкурентів.

Конкурентоспроможність продукції – це порівняльна характеристика, яка визначає відмінність аналізованої продукції від аналогів конкурента і містить комплексне оцінювання сукупності її властивостей щодо виявлених вимог ринку чи якостей іншого товару.

Між категоріями конкурентоспроможності продукції, підприємства і виробництва в АПК існують взаємозв'язок і взаємозалежність. Основою цього зв'язку є конкурентоспроможність продукції.

Об'єктом аналізу конкурентних переваг підприємства є внутрішні чинники, які знаходяться певним чином під його контролем.

Класична система чинників, які забезпечують рівень конкурентоспроможності, складається із таких елементів:

1) конкурентоспроможність продукції (якість, ціна, рівень споживчої переваги та задоволення);

2) конкурентоспроможність ресурсного потенціалу (рівень техніко-технологічного оснащення, виробничо-сировинна структура, кадрове забезпечення та фінансово-інноваційні можливості;

3) конкурентоспроможність організаційного потенціалу та системи менеджменту (форма господарювання і власності, організаційна структура, структура управління та функції, механізми управління, гнучкість та оперативність менеджменту);

4) конкурентоспроможність інформаційно-маркетингових та комунікаційних зв'язків (система внутрішньої і зовнішньої інформації з постачальниками, споживачами, інвесторами, потенційними клієнтами)

Як показав аналіз, не існує єдиної думки вчених з приводу того, які саме чинники необхідно брати за основу під час оцінювання конкурентоспроможності підприємства. Так, більшість авторів виділяє такі чинники конкурентоспроможності підприємства: сили, які працюють на ринку, можливості виробництва, менеджмент підприємства, маркетинг підприємства (товарна, цінова, розподільна та комунікаційна політики), кадровий склад, фінансове становище підприємства, імідж підприємства, інноваційно-інвестиційна діяльність підприємства тощо.

Кінцева результативність управління конкурентоспроможністю суб'єктів підприємницької діяльності залежить від низки чинників.

Оскільки конкурентоспроможність підприємства – це інтегральний показник, який фор-мується через ефективне використання виробничого, науково-технічного, трудового, інформаційного, маркетингового та фінансового потенціалів підприємства, а також здатність оперативно й адекватно реагувати на зміни в поведінці споживачів на ринку, то для її оцінювання доцільно враховувати як внутрішній потенціал підприємства, так і його ринкові можливості [5].

Нині для оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємств і продукції світова практика використовує велику кількість методик і показників, які складно адаптувати до вітчизняних умов. Зазначимо, що більшість існуючих методичних підходів оцінюють конкурентоспроможність підприємства через конкурентоспроможність його продукції на ринку.

Маркетингова концепція збуту та елементи її стратегії передбачають можливість оцінювання конкурентоспроможності підприємства.

В основу багатьох моделей визначення конкурентоспроможності підприємств покладено узагальнюючий показник: рівень конкурентоспроможності (коефіцієнт конкурентоспроможності), який визначається співвідношенням доходів до витрат підприємства. Коефіцієнт співвідношення характеризує здатність підприємства до виживання і повинен перевищувати одиницю, що означає прибуткову діяльність суб'єкта конкуренції [1].

Для комплексного оцінювання конкурентоспроможності виробництва на підприємствах зазвичай використовують такі групи показників: ефективності виробництва; фінансового стану підприємства; конкурентного потенціалу

підприємства; ефективності збуту та просування продукції; соціальної ефективності; екологічності виробництва, конкурентоспроможності продукції та іміджу підприємства [2].

Для визначення критерію конкурентоспроможності доцільно використовувати два основні підходи: структурний і функціональний. Згідно зі структурним підходом, оцінити становище можна за рівнем монополізації галузі, тобто за концентрацією виробництва, капіталу і бар'єрів для підприємств, які входять на галузевий ринок. Згідно з функціональним методом, конкурентоспроможнішими є формування, де найкще організоване виробництво та збут продукції, ефективне управління фінансами[3].

Отже, комплексне дослідження проблем конкурентоспроможності підприємств дає можливість максимально використовувати їхній потенціал, розробити нові маркетингові стратегії підвищення конкурентоспроможності у процесі вдосконалення існуючих та розроблення нових каналів збуту продукції підприємством.

Якщо підприємство-постачальник використовує у своїй діяльності стратегію диференціації, то воно прагне для свого продукту особливого становища на ринку. Цього можна досягти в одному випадку: додавши до продукту непропоновані конкурентами послуги, а в іншому випадку – розширивши сферу логістичного контролю; тоді підприємство-постачальник виконуватиме більшу частину логістичних завдань набагато ефективніше, ніж його конкуренти.

Для виробника залучення посередників означає втрату контролю над певними функціями збуту, тому що фірма доручає стороннім організаціям завдання, які могли б виконувати її власні служби маркетингу й продажів. Отже, з погляду фірми рішення про канали розподілу належать до розряду принципово важливих. Структура каналу розподілу повинна відповідати стратегії фірми, а також потребам цільового сегмента. Побудова такої структури – найважливіше стратегічне рішення, яке не допускає довільних модифікацій в умовах гострої товарної конкуренції.

Основними елементами збутової політики в умовах ринкової конкуренції є такі:

– транспортування продукції – її фізичне переміщення від виробника до споживача;

– доопрацювання продукції – підбір, сортування, збирання готового виробу тощо, що підвищує ступінь доступності й готовності продукції до споживання;

– зберігання продукції – організація створення й підтримка необхідних її запасів;

– контакти зі споживачами – дії з фізичного передавання товару, оформлення замовлень, організації платіжно-розрахункових операцій, юридичного оформлення передавання прав власності на товар, інформування споживача про товар і фірму, а також збирання інформації про ринок [5].

Канал збуту – це структура, сформована незалежними партнерами, які беруть участь у процесі надання товарів і послуг споживачам або промисловим користувачам для споживання або подальшого використання. Вибір структури збутового каналу полягає у вирішенні питання про те, які обов'язки повинні виконувати різні учасники процесу обміну конкурентоспроможною продукцією.

Підприємства мають альтернативи в організації системи розподілу свого продукту. При цьому в її основі лежить принципова орієнтація на задоволення різноманітних запитів кінцевого споживача (або на побудову такої системи розподілу, яка була б ефективна як для самої фірми, так і для посередників) і спосіб її існування, розглянутий як сукупність дій максимального наближення товару до цільової групи споживачів або навпаки [4].

Збутову політику підприємство виробника продукції варто розглядати як цілеспрямовану діяльність, принципи й методи здійснення якої покликані організовувати рух потоку товарів до кінцевого споживача. Основним завданням є створення умов для перетворення потреб потенційного покупця на реальний попит на конкретний товар. До таких умов належать елементи збутової політики, капітали розподілу (збуту, руху товарів) разом із функціями, якими вони наділені, та стратегія охоплення ринку.

Завдання системи збуту товарів і послуг можуть бути стратегічними й тактичними. Страте-гічні завдання пов'язані переважно з організаційно-комерційною функцією збуту, формуванням та організацією збутових каналів. До них належать: прогнозування й планування перспективних по-тенційних каналів і шляхів збуту; обгрунтування та вибір прямого або непрямого типу збуту товарів, тобто без або з включенням проміжних ланок на шляху товару від виробника до споживача [2].

Тактичні завдання збуту стосуються роботи з уже існуючими клієнтами; реалізації програм із залученням нових покупців; пошуку й відбору комерційних пропозицій на поставку товару або надання послуг [4].

Існує два типи маркетингової логістики:

– стратегія "витягування" товарних потоків із каналів дистрибуції (каналів руху товарів і розподілу);

– стратегія "виштовхування" товарних потоків у дистриб'ютивні канали. Дистриб'ютивний канал – це структура агентів, дилерів, гуртовиків, ритейлерів, через яку товар доставляється споживачеві. У першому випадку активні рекламні кампанії створюють високий рівень попиту на ті або інші категорії товару і, як наслідок, ритейлери роблять термінові замовлення оптовикам, а ті, своєю чергою, звертаються до виробників.

Отже, товари витягуються з дистриб'ютивних каналів.

У другому випадку товари надходять від виробників до гуртовиків, потім – у роздрібну мережу. Щоб підвищити товарооборотність у всіх ланках руху товарів, посилюють рекламу (найчастіше за рахунок виробників), що веде до зростання продажів [1].

Окрім чинників елементів та систем збутового розподілу, критеріями прийняття рішень при здійсненні заходів збутової політики можуть бути величина товарообороту; частка ринку; витрати зі збуту; ступінь розгалуженості мережі розподілу, що характеризується рівнем збереження продукту в процесі його збуту від виробника до кінцевого споживача; імідж каналів збуту, тобто організацій, що забезпечують розподіл і збут товарів; рівень кооперації суб'єктів у системі розподілу, яка забезпечує зниження конфліктності й комерційного ризику; гнучкість і життєдіяльність збутової мережі.

Незважаючи на те, що головних класифікаційних ознак усього дві (організація системи й кількість посередників), відносини між фірмою-виробником, торговельними посередниками й кінцевими споживачами можуть набувати безліч видів і форм. Найактивніша роль у цих відносинах належить фірмі-виробникові, яка при виборі системи збуту насамперед враховує чинник ризику руху товарів, а також оцінює витрати на збут і прибуток [3].

Для реалізації продукції здебільшого використовують систему прямого збуту, яка передбачає безпосередню реалізацію кінцевому споживачеві. Також їх пов'язує прямий канал збуту.

Характерною ознакою прямого збуту є можливість для фірми-виробника контролювати шлях проходження продукції до кінцевого споживача, а також умови її реалізації. Однак, у цьому випадку фірма несе істотні зовнішньовиробничі витрати, зумовлені необхідністю створення дорогих товарних запасів, і витрачає велику кількість ресурсів на здійснення функції безпосереднього доведення (продажу) товару до кінцевого споживача, беручи на себе всі комерційні ризики руху товарів. Разом з тим з позиції фірми-виробника перевагою такої форми збуту є її право на максимальний обсяг прибутку, який тільки можна отримати від продажу виробленої продукції (послуг). Комерційну вигоду прямого каналу збуту підсилює можливість безпосереднього вивчення ринку своїх товарів, підтримки тісних зв'язків зі споживачами, проведення досліджень для підвищення якості товарів, впливу на швидкість реалізації з метою зменшення додаткової потреби в оборотному капіталі.

**Висновки та перспективи подальших досліджень.**

Перехід до ринкової економіки неможливий без забезпечення конкурентоспроможності підприємств. Це стосується умов як зовнішнього, так і внутрішнього ринків, коли одна з найвагоміших ознак – конкуренція – стає невід'ємною складовою частиною. Слід також пам'ятати про такі чинники, як загроза появи нових конкурентів і товарів (послуг), здатність покупців торгуватися, суперництво конкурентів.

Усю діяльність з вивчення конкурентів у контексті існуючої маркетингової інформаційної системи важливо здійснювати за певною структурою. У зв'язку з цим розробляють типову структуру досьє підприємства.

Конкуренція загалом має як позитивні, так і негативні сторони. Їх співвідношення залежить від видів і форм конкуренції, впливу на неї регулюючої діяльності держави. Знаючи рівень конкурентоспроможності підприємства, взаємозв'язок між часткою задоволення потреб та обсягом продажу, визначають обсяги ринку як складової потенційної конкурентоспроможності товару.

Основні напрями зміцнення конкурентних позицій на ринку обумовлені системою комплексного дослідження механізму ринку.

Щоб залишатися конкурентоспроможним, підприємство повинно виконувати основні вимоги, поставлені до збутової логістики, тому що високоякісна пропозиція певних послуг збутової логістики розглядається споживачами як особлива послуга, яку вони готові оплатити. Однак, у кожному конкретному випадку йдеться про окрему характеристику, яка визначається для кожного підприємства спеціально. За допомогою таких високоякісних додаткових послуг підприємство може домогтися переваг у конкурентній боротьбі, які позитивно вплинуть на його прибуток.

При виборі каналу руху товарів основною умовою є його доступність для виробника. Для досягнення комерційного успіху при використанні того або іншого каналу руху товарів потрібно ретельно проаналізувати всі фінансові питання.

Необхідно провести порівняльну характеристику витрат підприємства на можливі канали збуту: витрати на навчання збутового персоналу; адміністративні витрати; витрати на рекламу і стимулювання збуту, на організацію руху товарів; витрати на транспортування, складське господарство; рівень комісійних виплат.

Порівняльна оцінка вартості окремих каналів збуту повинна також погоджуватися з перспективами росту обсягів реалізації товарів.

Важливо зазначити, що вибір каналу збуту зазвичай пов'язаний із укладанням довгострокових угод між контрагентами. Вибір каналів розподілу є важливим етапом роботи, тому що маркетинг передбачає інтерпретацію всієї діяльності фірми.

Необхідно відповідно планувати й організовувати систему просування продукції від підприємства-виробника до одержувача, для підвищення конкурентоспроможності своєї продукції й завоювання стійких позицій на конкурентному ринку.

На сучасному етапі розвитку економіки підприємства, насамперед торговельні, проводять жорстку конкурентну боротьбу, і для виживання в ринковому середовищі їм потрібно забезпечити стійкі позиції на ринку, а це можливо лише за умови забезпечення конкурентоспроможності підприємств торгівлі.

Сама торгівля не може зробити економіку конкурентоспроможною, оскільки конкурентоспроможність – це комплексна категорія, і її переваги

тільки реалізуються через торгівлю, але основа конкурентних переваг створюється в усіх ланках суспільного виробництва, зокрема значною мірою за рахунок структурної перебудови і дієвої промислової політики. У цьому переконались вже багато підприємств, які зіткнулися з конкуренцією якщо не з боку вітчизняних, то з боку іноземних підприємств. Ця конкуренція і надалі посилюватиметься, а відтак уміння вигравати в конкурентній боротьбі стає одним з вагомих чинників успішної життєдіяльності підприємств в умовах ринку. Для кожного підприємства життєвою необхідністю є глибоке знання своїх конкурентів.

Очікувані результати оцінювання конкурентоспроможності можуть бути використані для вибору шляхів оптимального підвищення конкурентоспроможності продукції і конкретного розв'язання ринкових задач. Це дасть змогу визначити основні напрями конкурентних позицій окремих підприємств та цілих галузей в Україні.

**Список літератури:**

*1. Гончарук Т.І.* Конкуренція: сучасна економічна характеристика та особливості *// Актуальні проблеми економіки. – 2014. – № 2. – С. 130–145.*

*2. Кононенко И. Метод экспресс-анализа конкурентоспособности продукции // Экономика Украины. – 2016. – № 3. – С. 80–83.*

*3. Макаренко М.В.* Підвищення конкуренто-спроможності промислової продукції шляхом застосування ефективної маркетингової концепції збуту // *Актуальні проблеми економіки. – 2015. – № 1. – С. 26–34.*

*4. Павлова В.* Система реалізації конкурентоорієнтованої стратегії підприємства: постановний аспект *// Регіональна економіка. – 2016. – № 3. – С. 216–219.*

*5. Фатхутдинов Р.А.* Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление. *– М.: ИНФРА, 2015. – 312.*

**References (transliterated):**

*1.* Goncharuk TI *Competition: modern economic characteristics and features* // Actual problems of economy. - 2014. - No 2. - P. 130-145.

2. *Method I. Kononenko* Express-analysis products competitiveness // Economy of Ukraine. - 2016. - № 3. - P. 80-83.

3. *Makarenko MV* Increased competitiveness industrial production capacity, by administering an effective marketing concept marketing // Actual problems of economy. - 2015. - № 1. - P. 26-34.

4. *V. Pavlov* konkurentooriyentovanoyi system implementation strategy for the company: // postanovnyy aspect of the regional economy. - 2016. - № 3. - P. 216-219.

5. *RA Fathutdynov* Competitiveness, Economy, Strategy, Management. - Moskow.: INFRA, 2015. – 312.

*Надійшла (*received*) 18.09.2017*

*Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors*

**Забезпечення конкурентоспроможності підприємств у формуванні їх збутової політики / А.В. Косенко, Л. М. Косолап, М. В. Рівчак//** Вісник НТУ "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки). – Х.: НТУ „ХПІ". - 2017. - № 45(1266).- С. 3-8 . Бібліогр. 5 назв. – ISSN 2519-4461.

**Обеспечение конкурентоспособности предприятий в формировании их сбытовой политики / А.В. Косенко, Л. Н. Косолап, М. В. Ривчак//** Вестник НТУ "Харьковский политехнический институт" (экономические науки). – Х.: НТУ „ХПИ". - 2017. - № 45(1266).- С. 3-8 . Библиогр.: 5 названий. – ISSN 2519-4461.

**Ensuring competitiveness enterprises in the formation of sales policy / A.V. Kosenko, L.N. Kosolap, M.V. Rivchak//** Bulletin of NTU "Kharkiv Polytechnic Institute" (economic sciences). – Kharkiv.: NTU "KhPI". - 2017. - № 45(1266).- P. 3-8 . Bibliogr.: 5 names. – ISSN 2519-4461.

*Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors*

**Косенко Андрій Васильович** – кандидат економічних наук, доцент, НТУ «ХПІ», доцент кафедри організації виробництвата управління персоналом; тел.: (050) 281-09-94; e-mail: avakos74@gmail.com.

**Косенко Андрей Васильевич** – кандидат экономических наук, доцент, НТУ «ХПИ», доцент кафедры организации производства и управления персоналом; тел.: (050) 281-09-94; e-mail: avakos74@gmail.com.

**Kosenko Andrey Vasilievich** – Candidate of economic sciences, associate professor, NTU "KhPI", associate professor of department of organization of production and management by a personnel; tel.: (050) 281-09-94; e-mail: avakos74@gmail.com.

**Косолап Лілія Миколаївна** – студент, магістр кафедри організації виробництва та управління персоналом НТУ «ХПІ»; тел.:(095) 030-44-23; e-mail: Liliya_94@ukr.net.

**Косолап Лилия Николаевна** - студент, магистр кафедры организации производства и управления персоналом НТУ «ХПИ»; тел.:(095) 030-44-23; e-mail: Liliya_94@ukr.net.

**Kosolap Liliya Nikolayevna** - student, magistr kafedry organizatsii proizvodstva i upravleniya personalom NTU "KhPI"; tel.:(095) 030-44-23; e-mail: Liliya_94@ukr.net.

**Рівчак Максим Валерійович** - студент, магістр кафедри організації виробництва та управління персоналом НТУ «ХПІ»; тел.: (063) 281-65-62; e-mail: neverfeargames15@gmail.com.

**Ривчак Максим Валерьевич** - студент, магистр кафедры организации производства и управления персоналом НТУ «ХПИ»; тел.: (063) 281-65-62; e-mail: neverfeargames15@gmail.com.

**Rivchak Maxim Valer'yevich** - student, magistr kafedry organizatsii proizvodstva i upravleniya personalom NTU "KhPI"; tel.: (063) 281-65-62; e-mail: neverfeargames15@gmail.com.

УДК 164:658.589

***І.А. КАБАНЕЦЬ***

# ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИМІРУ ЛОГІСТИКИ ІННОВАЦІЙНОГО РУХУ ДОДАТКОВОГО ПРОДУКТУ В ПРОЦЕСІ ВИРОБНИЧОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

У статті обґрунтовується емпіричний підхід довиміру руху додаткового продукту в робочому дні. Пропонується, додатковий продукт в робочому днівизначити розміром умовних коштів, та прийняти в якостіміри руху потенційногокапіталу. На основі встановленого ізоморфізму структури додаткового продукту з структурою потенційного капіталувизначено критерій логістики інноваційного руху додаткового продукту в періоді виробничому процесу. Подальше дослідження пов'язано з визначення механізму мотивації персоналу довпровадження інновацій.

**Ключові слова:** інновація, додатковий продукт, ізоморфізм, логістика, потенційний капітал.

В статье обосновывается эмпирический подход к измерению движения прибавочного продукта в рабочем дне. Предлагается дополнительный продукт в рабочем дне определять размером условных денег как меры движения потенциального денежного капитала. На основе установленного изоморфизма структуры прибавочного продукта со структурой потенциального капитала определен критерий логистики инновационного движения прибавочного продукта в периоде производственного процесса. Дальнейшее исследование связано с определением механизма мотивации персонала к внедрению инноваций.

**Ключевые слова:** инновация, дополнительный продукт, изоморфизм, логистика, потенциальный капитал.

The relevance of the topic stems from the increasing role of a creative (innovative) component of the work of personnel who change the movement of material, financial and informational flows within the production process, which necessitates using the principles of logistics in management of innovative activities. Logistics as applied to management of innovative activities is studied within the framework of modern concepts, and the characteristics of its goal directedness are identified. It is demonstrated that logistics flows which support innovative activities determine the conditions of the surplus product movement during a working day. Special attention is paid to a notional measurement of the surplus product movement in the units of potential money and it is suggested to consider potential money as a carrier of information about the economic goal of innovative activities of personnel. Further research is related to the measurement of the logistics of surplus product movement during a working day and personnel motivation toward the implementation of innovations.

**Keywords:** innovation, logistics, management, surplus product, potential money.

**Вступ.**Інновації являються джерелом руху додаткового продукту в робочому дні, а їх логістика в виробничому процесізабезпечує накопичення «потенційного капіталу» [5]. Основною проблемою при визначені джерела рухудодаткового продукту в робочому дні являється його латентний, прихований характер, так як «заробітна плата стирає всякі сліди розподілу робочого дня на необхідний і додатковий, на оплачену і неоплачену працю. Вся праця виступає як оплачена праця»[5].Тому, рух додаткового продукту в робочому дніврозглядається як рухумовних, потенційних коштів, які по завершенню виробничого процесу накопичуються в формі додаткового капіталу.

Важливість даної теми зумовлюється також тим, що «як виробництво додаткової вартості є визначальна ціль капіталістичного виробництва, так і ступінь добробуту вимірюється не абсолютним розміром продукту, а відносним розміром додаткового продукту» [5]. Тому логістика інноваційногоруху додаткового продукту, вказуєне тільки на накопичення «сукупного капіталу» [5], а також і на цінність інновацій для руху особистого добробуту, що і обумовлює актуальність даного дослідження.

**2.Аналіз стану питання.** В статті об'єктом дослідження являється джерело інноваційного руху додаткового продукту в робочому дні, об'єктивність якого обумовлюється наступними чинниками.

По – перше, загально визнаним являється той факт, що «продукт поза межі необхідних потреб завжди повинен існувати» [5], так як «надлишок продукту праці над витратами праці й підтримка освіти і накопичення з цього надлишку суспільного, виробничого і резервного фонду – усе це було й залишається основою всякого суспільного, політичного і розумового прогресу» [6]. Тому логістика джерела інноваційного руху додаткового продукту стає об'єктивною умовою розвитку суспільства.

По – друге, рух додаткового продукту в робочому дні стає еквівалентом руху додаткового капіталу, так як, «додатковий продукт зразу виробляється в такій формі, яка дозволяє йому функціонувати в якості додаткового капіталу» [5].

По – третє, рух додаткового продукту формує окремий економічний потік, який повинен вимірюватися своєю мірою, так як «капітал можна зрозуміти тільки як рух, а не як річ, яка знаходиться в покої». При цьому, «вартість функціонує як капітальна вартість або капітал лише тому, що вона в різних формах свого кругообігу, - які ні в якому разі «не одночасні», а слідують одна за іншою, - залишається тотожною самій собі і сама з собою порівнюється» [5]. Тобто мірою руху потенційного капіталу стає рух додаткового продукту в робочому дні, що потребує його визначення в якості еталону руху капіталу, або одиницівиміру економічного потоку.

Дана точка зору базується на тому, що «в процесі праці сама праця постійно переходить із форми діяльності в форму буття, із форми руху в форму предметності» [5]. Даний рух розглядається як постійний обіг капіталу з працею, тому «працю, яка проводиться з дня на день рухом сукупного капіталу, можна розглядати як один робочий день» [5].

© І. А. Кабанець, 2017

При цьому, структура робочого дня відповідає структурі сукупного капіталу, так як «сума необхідної праці і додаткової праці, періоди часу, в яких робочий виробляє вартість, що компенсує його робочу силу та додаткову вартість, що створює абсолютну величину його робочого часу – робочий день [5].

По – четверте, в практичному відношенні логістика джерела інноваційного руху додаткового продукту в робочому дні обумовлюється погашенням кредитних, авансованих коштів на оплату праці.

Наприклад, якщо період виробничого процесу перевищує період робочого дня, то для щоденної оплати праці виникає необхідність залучення кредитних, авансованих коштів. Для їх погашення необхідно використовувати нові джерела інноваційногозбільшення руху додаткового продукту в робочому днідо розмірукредитних, авансованих коштів на оплату праці, та додаткових коштів для потенційної працездатності.

Дана ситуація не змінюється, якщо період виробничого процесу менше періоду щоденної праці. В даному випадку коштів, які накопичується по завершенню виробничого процесу, не достатньо для повного оновлення енергії людини. Це обумовлює в діяльності персоналу використання додаткового джерела інноваційного руху додаткового продукту, який би забезпечував повне оновлення робочої сили, і накопичувався в формі додаткових коштів.

Оптимальним варіантом являється той варіант, коли період виробничого процесу відповідає періоду одного сукупного робочого дня, по завершенню якого формуються коштияк для оплати поточної так і майбутньої праці.

По – п'яте,не визначеністьособистої відповідальностіза використанняджерела інноваційного руху додаткового продукту в робочому дні породжує протиріччя в мотивації і відповідальності за економічну діяльність. Для суб'єктів, як найманих працівників, фізична тривалість праці з боку роботодавця має юридичне визначення, тобто, робочий день регламентується законом, а необхідна праця, заробітною платою. В даному випадку, мотивація та економічна відповідальність за економічні потоки перекладаються на суб'єкта як підприємця, так як його юридичний статус дає право на привласнення додаткового продукту в повному обсягу, що з огляду відповідальності за зростання особистого добробуту не правомірно.

Проблему логістики джерела інноваційного руху додаткового продукту в робочому дні науковці пов'язують з «квантифікацією економічних понять, інакше кажучи, спроба зробити ці поняття вимірними»[7]. В теорії вимірювання таку ситуацію визначають «як оцінка прихованої, латентної змінної завимірювальними індикаторами» [15].

**3. Аналіз основних досягнень і літератури.** Питання інноваційного розвитку суспільства досліджуються в роботах таких вчених як С.Л. Брю, Дж. Кейнс, Ф. Котлер, К. Маркс, К.Р. Макконелл, А.Маршалл, Дж. С. Мілль, М.Портер, Дж. Стінглер, В.Дж.Стівенсон, Й. Шумпетер, П.Хейне,. До сучасних наукових досліджень відносяться роботи таких вчених як І.П.Булєєв, М.В.Бекетов, Г.М.Гигорян, О.Л. Загорянська, В.В. Криворотов, Т.І. Лепейко, П.А. Орлов, П.Г. Перерва, М.Рудено, С.Г. Свєтуньков, Р.А. Фатхутдінов, Н.І. Чухрай, А.Ю.Юданов, А.І. Яковлєв та ін.

Не зважаючи на значну кількість наукових досліджень по даній темі, їханаліз показує, що на даний час в економічній теорії відсутня єдина точка зору щодо визначення джерела(субстанції) енергії додаткового продукту та механізму його виміру в робочому дні. При цьому, як відмічається в роботі [3],«*основне питання* економії як науки полягає саме в тому, щоб виявити джерело (субстанцію) додаткового продукту. Якщо політична економія не ставить цієї задачі, то вона взагалі перестає бути наукою– від неї залишається гола апологетика»

В сучасних наукових концепціях, все більше уваги приділяється теорії фізичної економії,де в якості джерела (субстанцію) додаткового продукту розглядають сонячну енергію яка акумулюється в природніх ресурсах.

Відповідно до даної концепції,«вартість – це, зрештою, енергія», «а додаткова вартість у глобальному масштабі – це загальнолюдський приріст енергії» [3].

Відмінність даної концепції полягає в тому, що «щоб існував додатковийпродукт, експлуатація праці необов'язкова – навпаки, вона завдає величезних збитків економіці, заважаючи вільному розвитку продуктивних сил», так як «економіка повинна сама себе регулювати й відтворювати – це живий організм, який складається з безлічі клітин, котрі без будь-яких зусиль обмінюються як інформацією, так і матеріальними цінностями» [3].

Тобто робиться висновок, що «виробництво живиться не тільки нашою працею – наша праця всього лише спрямовує ті енергетичні потоки, які виробляються самою природою» [3], тобто, людина своєю діяльністю трансформує енергію природи в інноваційну, яка і забезпечує рух додаткового продукту, стає мірою зростання добробуту.

Дана точка зору базується на тому, що «гроші є не що інше, як суспільний еквівалент субстанції. Це її символи, піфагорійські знаки. Сама ж субстанція – світло, космічне світло» [3].Тому грошва форма руху додаткового продукту розглядається в якості еквівалентарухукапіталу, який по визначенню авторів даної концепції, повинен «стати громадським, народним, а не державно-монополістичним»[3].

Також визначається, що«найбільша складність полягає у тому, що суспільні енергетичні процеси приховані від наших очей грошовими знаками»[3]. Тобто необхідно визначитись не тільки в джерелах інноваційногоруху додаткового продукту в робочому дні, а і в методах їх виміру в економічних потоках, що потребує подальшого дослідження.

В теорії трудової вартостітакож вказується на взаємозв'язоклюдини з природою, де «праця є, насамперед, процес, який здійснюється між людиною і природою, процес, в якому людина своєю особистою діяльністю опосередковує, регулює і контролює обмін речовин між собою і природою»[5]. По «закінченню процесу праці отримується результат, який уже в початку даного процесу був в уяві людини, тобто ідеальним. Людина не тільки змінює форму, що дано природою;він здійснює разом з тим і свою усвідомлену мету, яка, як закон, визначає спосіб і характер його дій і якій він повинен підкорити свою волю»[5] В даному визначенні

взаємодії людини з природою розкривається сутність джерела інновації, яка формується усвідомленням створення нового продукту необхідного для особистого розвитку.

В даній концепції акцент робиться на визначенні праці як «субстанції та іманентної міри вартості, але сама вона не має вартості» [5] При цьому, інноваційна складова праці, а відповідно і рух додаткового продукту в робочому дні залишається не визначеними. Це обумовлюється тим, як відмічають автори даної концепції, що «визначення вартості робочим часом є тайною, схованою під видимим для очей рухом відносних товарних вартостей» [5].Тобто вказується на необхідністьнових підходів до виміру економічних потоків які формуються рухом додаткового продукту в робочому дні.

В наукових роботах [1; 8: 9; 10: ], акцентується увага на виміру інновацій зміноюринкової рівноваги. По визначенню автора роботи [8] «виробляти – значить комбінувати в наявній сфері предмети і сили. Виробляти щось інше або по інакшому – значить комбінувати з цих предметів і сил». При цьому відмічається, що виміром інновацій являється зміна ринкової рівноваги, або вартісного кругообігу. «Ми твердо дотримуємося тієї думки, що та або інша особа в принципі є підприємцем, лише якщо вона «здійснює нову комбінацію» – вона перестає бути такою, коли заснована ним «справа» починає далі функціонувати в рамках кругообігу» [8].

Тобто енергія інновацій вимірюється рухом додаткового продукту який змінює попит та пропозиціюна кінцевий продукт, ринкову її вартість. Але в даній концепції також залишаються не визначеним механізмвиміру руху додаткового продукту в безпосередній діяльності.

Інші науковці акцентують увагу на інтелектуалізації праці. Наприклад, автор роботи [10] відмічає, «щоб обґрунтувати інноваційну суть праці, необхідно мати на увазі іншу його сторону – визначення його як творця споживної вартості і як самій споживній вартості, яка зводиться до корінної властивості праці створювати результат, що перевершує витрати»,тобто, додаткову вартість. А автор роботи [9] відмічає, що «нова по змісту і характеру праця представляє собою синтез розумової і фізичної праці, в якій перевага належить інтелектуальній складовій». При цьому, акцентується увага на тому, що «тільки інтелектуалізація праці, яка базується на неперервному поглибленню наукових знань, вносить значний прорив в якісному перетворенні змісту і характеру праці».

В роботі [1] акцентується увага на необхідності дослідження негативних і супутніх явищ, пов’язаних з впровадженням інновацій, таких як «інноваційний супровід кризи надмірного споживання, можливих негативних наслідків науково-технічної революції на розвиток суспільства». Автор роботи відмічає, що «інновації – це не самоціль, а лише інструмент гармонійного розвитку суспільства».

При цьому, вказується на важливість впровадження моніторингу та логістики руху додаткового продукту, орієнтованого на кінцевий результат, відповідно до потреб накопичення потенційно додаткового капіталу[5].

Питанням теорії й практики логістики присвячено праці [2;4]. Незважаючи на різні підходи до визначення поняття логістики, вони мають спільні ознаки в цілях, які орієнтовані на потреби споживача.

Наприклад, автор роботи [2] визначає логістику, як «науку про планування, організацію, управління, контроль і регулювання переміщення матеріальних та інформаційних потоків у просторі і в часі від їхнього первинного джерела до кінцевого споживача».

Автор роботи [4] розглядає логістику, як «процес планування, реалізації і управління ефективним, економічним рухом і збереженням сировинних матеріалів, незакінченого виробництва, готової продукції, пов'язаної з цим інформації з пункту виникнення у пункт споживання з метою забезпечення відповідності вимогам споживача».

При цьому акцентується увага на логістиці економічних потоків, розглядаючи логістику як «науку про оптимальне управління матеріальними, інформаційними та фінансовими потоками в економічних адаптивних системах із синергічними зв'язками» [4].

Проблеми логістики ефективного використання матеріальних, трудових і фінансових ресурсів досліджуються іноземними фахівцями в роботах [ 16 - 20 ].

Узагальнюючи наукові дослідження можна зробити висновок, що питання емпіричного виміру джерела інноваційного руху додаткового продукту в робочому дні та її логістики в спільному виробничому процесі залишаються не вирішеними, що обумовлює мету та задачі дослідження.

**4. Мета та задачі дослідження.** Мета статті – дослідити теоретичні засади емпіричного виміру джерела інноваційного руху додаткового продуктув робочому дніта його логістику в періоді спільного виробничого процесу.

Для досягнення цієї мети вирішуються наступні задачі:

1. Обґрунтувати теоретичні засади емпіричноговиміру джерела інноваційного руху додаткового продукту в робочому дні.
2. Визначити особливості логістики інноваційного руху додаткового продукту в періоді виробничого процесу.

**5. Матеріали і методи дослідження.** В роботі використовуються матеріали наукових теоретичних досліджень з економічної теорії, методи емпіричного дослідження, наукові методи логістичного і системного аналізу, методи математичного моделювання.

**6. Результати досліджень та їх обговорення.** Враховуючи, що«вартість товару виражається в цінах раніше, ніж вони вступають в обіг, тому, вона – передумова обігу, а не результат його» [5],в статті пропонуєтьсярозмір потенційних додаткових коштів, які передбачені в вартості товару, розглядати в якості фізичної величини руху додаткового продукту в робочому дні, що відповідає емпіричному підходу до виміру об’єкта, відносно якого проводиться спостереження.

При впровадженні даного підходу пропонується фізичну величину додаткового продукту в робочому дні

визначати умовним, потенційно грошовим добутком, який приймається в якості носія інформації про рух потенційного капіталу, що відповідає принципам самоуправління коли «капітал може бути переданий до рук самих виробників» [4].

Даний підхід дає можливість визнати наявність подвійної емпіричної залежності діяльності людини. Тобто діяльність може визначатися емпірично як наявними речами, так і знаками, які існують як емпірично наявна реальність.

Однак, на відміну від речей, знаки у формалізованому їх визначенні уможливлюють відтворювати однакові, тотожні, алгоритмічно послідовні дії. Це дозволяє людині бути здатною до тотожного прояву своєї суб'єктивної активності, з наступним усвідомленням (розумінням) відповідності емпірично здійснюваним діям.

Актуалізована за допомогою активності суб'єкта алгоритмічна послідовність дій дозволяє формувати передбачуване однозначне уявлення про необхідний результат інноваційної діяльності.

Пропонується період виробничого процесу розглядати як період одного сукупного робочого дня, це дає можливість рух умовного грошового добутку в періоді виробничого процесу розглядати, із одної сторони, як витрати людської робочої сили яка утворює вартість, з іншої сторони, як витрати людської робочої сили, яка створює споживні вартості [5].

Неперервність відтворення робочої сили в робочому дні розглядається як постійний обіг додаткового продукту одного суб'єкта з продуктом необхідного споживання іншого суб'єкта. Тобто, в процесі спільної діяльності інноваційний рух додаткового продукту одного суб'єкта стає енергетичним джерелом існування іншого суб'єкта, що потребує постійного його оновлення в виробничому процесі. Носієм даного енергетичного потоку являються додатковий продукт, фізичний розмір якого фіксується масою умовного, або потенційного грошового добутку.

Особливістю даного енергетичного потоку являється те, що «... прямий обіг грошей, тобто, упредметненої праці, на живу працю, знищив би або закон вартості, який вільно розвивається як раз на основі капіталістичного виробництва, або ж само капіталістичне виробництво, яке ґрунтується на найманій праці» [5].

Автором даної роботи пропонується неперервність періоду обігу додаткового продукту з необхідною працею в робочому дні, розглядати в якості економічного часу

Поняття *«економічний час»,* і *«робочий час»* мають свої відмінності. Якщо робочий час в своєму визначенні, пов'язують з фізичним виміром руху продукту конкретної праці, то економічний час – з рухом продукту абстрактної праці, тобто рухом додаткової вартості в виробничому процесі.

Науковцями визначається, що «економічний час є нематеріальною реальністю і способом існування економічної матерії. Остання існує лише в економічному русі, але оскільки економічний рух здатний здійснюватися лише в економічному часі та просторі, то економічна матерія існує в економічному часі та економічному просторі» [11].

Тобто інноваційний рух додаткового продукту розглядається як прояв руху економічної матерії. Тому, поряд з фізичним виміром робочого дня повинен здійснюватися економічний його вимір.

З даного приводу автор роботи [12] відмічав, що «визначення коштів потрібно шукати не на основі сутності, а на основі корисності. Для розуміння економічних відносин необхідно створити деяку надійну робочу конструкцію, на вподобі «довжини», «температури», або «силі» в фізиці», тобто, виходити з принципів економетрії.

Вихідним поняттям економетрії є поняття про фізичну величину,яка в своєму визначенні– «це властивість, загальна в якісному відношенні у багатьох матеріальних об'єктів та індивідуальна в кількісному відношенні у кожного з них» [13].

В даній статті, грошову масу, яка приймається в якості фізичної величини додаткового продукту в робочому дні,пропонується розглядати як особистий грошовий добуток, обіг якого з працею приймається як природний закон вартісної рівноваги, так як «виходячи з даного закону, необхідно обґрунтовувати відхилення, а не навпаки, – не з відхилення виводити самий закон» [5]. Мінімізація даних відхилень і є критерієм логістики енергії інноваційного руху додаткового продукту.

В метрології відмічається, що «вимірювальні об'єкти не мають ніяких числових властивостей і в процесі вимірювання цим об'єктам надаються числові властивості та приписуються числа. «Цей підхід іноді називають конструктивним, оскільки числові властивості створюються, конструюються в процесі вимірювання» [14]. Так як, «відображення фізичної величини у вигляді числового значення величини з позначенням її одиниці приймається за угодою для кількісного відображення однорідних із нею величин» [13].

Проблема вимірювання полягає в установленні ізоморфізму, «щоб показати, що дана емпірична область виявляється тією ж самою структурою, що й певна арифметична система чисел, а якщо ідентифіковано загальну структуру, то можна говорити, що арифметична система ізоморфна емпіричній формі. Після того, як ізоморфізм установлений, питання відносно емпіричної області можуть бути віднесені до арифметичної системи і до розрахунків, які зроблені в ній. А потім результати перетворені зворотно й інтерпретовані» [14].

Для установлення ізоморфізму руху грошового добутку в робочому дні з рухомпотенційного сукупного капіталу їх структури повинні бути тотожними. Тобто як сукупний капітал, так і грошовий добуток повинні визначатися як сума коштів необхідних на оплату поточні праці та додаткових коштів як потенційного капіталу.

При цьому, виникає питання, яким чином грошовий добуток в робочому дні буде визначатися як рух додаткового продукту, коли необхідний продукт представлений заробітною платою.

В вирішенні даного протиріччя пропонується виходити з принципу еквівалентності періоду руху додаткового продукту з періодом рухунеобхідного продукту, який в грошовому еквіваленті стає одиницею економічного часу, а його розміреталоном руху економічного потоку.

Принципова відмінність даної одиниці в тім, що вона розглядається в якості носія інформації про економічні потоки в періоді виробничого процесу, та одночасно інформації про рух додаткового продукту в робочому дні.

Інформацію про зміну руху в робочому дні можна отриматиокремо, як через зміну рух змінного так і додатково потенційного капіталу, Це дає можливість враховувати в розмірі грошового добутку зміну руху змінного капіталу, який здійснюється під дією зміни енергії інновацій, акумульованих в предметах та засобах виробничого процесу, так і руху додаткового капіталу, який змінюється від розміру інвестиційних коштів, попиту та пропозиції, ринкових цін, оподаткування.

В статті обґрунтовується, що об'єктивністьінформації щодо використання джерела інноваційного руху додаткового продукту в робочому дні безпосередньо залежить від розміру еталону руху грошового добутку прийнятого за одиницю виміру руху економічного потоку.

Наприклад, якщо період виробничого процесу відповідає одному сукупному робочому дню, тобто в бюджеті даного робочого дня відомий розмір потенційного сукупного капіталу (Кп),а також визначеного в ньому розмір змінного капіталу (Кз), то при чисельності працюючих в виробничому процесі (Ч), а також еталону грошового добутку в робочому дні (Др),ефект еквівалентності руху грошового добутку руху змінного капіталу(ΔЄз), в формалізованому виді, визначається наступним чином (формула 1):

$$\Delta Єз = Кп \times \frac{ДрЧ}{2 \times Кз} \quad (1)$$

Ефект еквівалентності руху грошового добутку руху змінного капіталуфіксується індикатором М1(формула 2)

$$М1 = \frac{Др \times Ч}{2 \times Кз}, \text{ грн.} \quad (2)$$

Якщо М1=1, інноваційна енергія забезпечує необхідне накопичення змінного капіталу. Якщо М1<1, виникає ефект додаткового накопичення. Якщо М1>1, інноваційна енергія не використана в повній мірі.

При наявності інформації про розмір додаткового капіталу (Кд) в структурі сукупного капіталу, ефект еквівалентності руху додаткового капіталу руху грошового добутку в робочому дні(ΔЄд) визначається наступним чином(формула 3):

$$\Delta Єд = Кп \times \frac{2 \times Кд}{Др \times Ч} \quad (3)$$

Ефект еквівалентності руху додатковому капіталу руху грошового добутку в робочому дніфіксується індикаторомМ2 (формула 4):

$$М2 = \frac{2 \times Кд}{Др \times Ч}, \text{ грн.} \quad (4)$$

Якщо М2=1, інноваційний рух додатковогокапіталу забезпечується рухом грошового добутку в повному обсягу. Якщо М2>1, виникає ефект додаткового накопичення. Якщо М2<1, інноваційна енергія не використана в повному обсягу.

Еквівалентність руху грошового добутку в робочому дні з рухом потенційно сукупного капіталу в виробничому процесі досягаються коли індикатори руху будуть рівні, тобто, М1 = М2 (формула 5 ).

$$\frac{Др \times Ч}{2 \times Кз} = \frac{2 \times Кд}{Др \times Ч} \quad (5)$$

Дане рівняння показує, що об'єктивність інформації про економічні потоки в діяльності персоналу залежать не тільки від розміру руху змінного та додаткового капіталу в потенційному сукупному капіталі, а і від розміру грошового добутку в робочому дні, прийнятого за еталон виміру їх руху, який пропонується прийняти в якості одиниці «personalcapital»

Чим більше розмір, одиниці «personalcapital» рух накопичення потенційних коштів в періодах робочого дня зменшується, а кошти на оплату праці збільшуються, і навпаки, якщо розмір одиниці «personalcapital» зменшується, рух накопичення потенційно додаткових коштів збільшується, а на оплату праці зменшуються, при незмінних (планових) економічних параметрах руху в виробничій діяльності потенційно сукупного капіталу, що не правомірно.

Розмір одиниці «personalcapital», як еталон руху грошового добутку в сукупному робочому дні, визначається по формулі 6:

$$Др = \frac{2 \times \sqrt{Кз \times Кд}}{Ч}, \text{ умовн. од.} \quad (6)$$

Зміст даноїодиниців тім, що рух, як змінного так і додаткового капіталу,поєднується в єдину шкалу виміру економічного потоку, що важливо з огляду логістики джерела інноваційного руху в виробничому процесі.

В індивідуальному робочому дні розмір еталону «personalcapital» (Др.і) визначається обсягом робіт в натуральних одиницях (Ni), ціною праці на одиницю роботи (Зед.і), та розміром ефекту руху додаткового капіталу в одиницю часу від впровадження інновацій в виробничій діяльності (Кд.і) в вигляді формули 7.

$$Др.i = Ni \times 2 \times \sqrt{Зед.i. \times Кд.i.}, \text{ умовн. од.} \quad (7)$$

Розмір одиниці «personalcapital» в індивідуальному робочому дні являється мірою відповідальності за рух потенційно спільного капіталу. Тому, відношення розміру одиниці

«personalcapital» в індивідуальній діяльності(Др.і), до його розміру в спільній діяльності (Др*)*, визначає рівень *(*Рі*)* особистої відповідальності за логістику джерела інноваційного руху додаткового продукту (формула 8).

$$Рі=\frac{Дрі}{Др} \quad (8)$$

Інноваційних рух додаткового продукту стає функціональним обов'язком суб'єктів виробничої діяльності, мірою відповідальності як за спільні, так і особисті економічні інтереси. При цьому, логістика джерела інноваційного руху додаткового продукту повинна дотримуватися закону Паретто, тобто, пропорційного зростання розміру одиниці «personalcapital», яке забезпечується дотриманням відношення: (формула 9)

$$\frac{ΔДрі}{ΔДр}=1 \quad (9)$$

Індивідуальні можливості використання джерела інноваційного руху додаткового продукту різні, що обумовлює відхилення *Δ.і* від еталонного розміру одиниці «personalcapital», визначеної на рівні спільної діяльності (формула 10):

$$\frac{ΔДрі}{ΔДр}-1=Δ..і \quad (10)$$

Пропорційність відхиленняв розмірі одиниці «personalcapital», приймається в якості критерію логістики джерела інноваційного руху додаткового продукту, який формалізується в мінімізації відхилення розміру одиниці «personalcapital», в індивідуальному робочому дні від його середнього значення в спільному робочому дні(формула 11):

$$\sum_{i=1}^{т}\left(Δср-Δ.і\right)®Δмін. \quad (11)$$

Даний підхід до логістики джерела інноваційного руху додаткового продукту спрямовано на збалансування особистих і спільних економічних інтересів, з дотриманням інноваційних та технологічних умов виробничого процесу.

Поєднуючи періоди минулої і поточної діяльності в сукупний робочий день, розмір одиниці«personalcapital», повинен бути представлений у вигляді шкали з відповідними масштабними одинцями, що забезпечує єдині економічні часові параметри економічного потоку.

**Висновки.** Принципова відмінність запропонованоїодиниці «personalcapital», в тім, що вонарозглядаються в якості носія інформації про економічні та енергетичні потоки в періоді виробничого процесу. В даному випадку акцентується увага на визначенні еталонного руху додаткового продукту в робочому дні, та його логістики в спільному виробному процесі. Відхилення фактичного руху від його еталонного значення стає інформацією дляприйняття економічно обґрунтованих логістичних рішень.

Узагальнення концептуальних положень логістики джерела інноваційного руху додаткового продукту в робочому дні дає можливістьобґрунтувати подвійну її корисність: з одного боку як філософії управління економічними потоками, а з іншого – як безпосередньо організаційно-економічний механізм, що приводить до реальної визначеної економічної цілі.

Впровадження запропонованого підходу, дає можливість здійснювати збір емпіричної інформації для прийняття відповідних рішень, а також:

- виділити рух додаткового продукту в окремий економічний потік, логістами якого стають суб'єкти виробничої діяльності;
- контролювати рух особистого грошового добутку відповідно до руху спільного потенційного капіталу;
- аналізувати відповідність руху особистого грошового добутку з оплатою праці;
- визначитися в інформаційній базі логістики інноваційного менеджменту.

**Подальше дослідження** пов'язано з визначенням масштабних одиниць «особистого капіталу» в фазових періодах виробничого проекту, таких як маркетинг, дослідження, розробка, виробництво, складування та забезпечення єдиних принципів логістики інноваційного менеджменту; впровадження єдиного підходу до мотивації персоналу при впровадженні інновацій.

**Список літератури**


1. *Чухрай, Н.І.* Сучасна модель розвитку суспільства: інноваційне марнотратство чи об'єктивна необхідність? [Текст] / *Н. І Чухрвай* // Бізнес інформ. –2012. – № 5. – С. 8–12.
2. *Аникин, Б. А.* Логистика / *Б. А. Аникин.* –Москва: Инфра-М, 2002. – 367 с.
3. *Руденко М. Д.* «Енергія прогресу» (Нариси з фізичної економії)./ *М. Руденко* – Тернопіль. В - во «Джура», 2004 р.
4. *Крикавський, Є. В.* Логістика. Основи теорії / *Є. В. Крикавський.* – Львів: НУ «Львівська політехніка», «Інтелект – Захід», 2004. – 416 с.
5. *Маркс, К.* Капитал. Критика политическойэкономики / *К. Маркс*. – М.: Политиздат, 1978. –907 с.
6. *Энгельс, Ф.* Анти – Дюринг / Ф. *Энгельс.* – Москва: Полииздат,1978. – 358 с.
7. *РангарФриш*. От утопической теории к практическому приложению: случай эконометрики. / *РангарФриш* // Всемирное признание: Лекции нобелевских лауреатов/ под.ред. *Г.Г. Фетисова* – Кн. 1- Москва, Мысль. 2004.- С 49- 86.
8. *Шумпетер, Й.*Исследование предпринимательской прибили, кредита, процента и цикла конъюнктуры: пер. с нем. / *Й. Шумпетер.* – Москва: Прогресс, 1982. – 453 с.
9. *Гигорян, Г. М.* Категория труда и ее метаморфозы в экономической науке / *Г. М. Григорян* // Социальная экономика. – 2004. – № 1-2. – С. 51–72.
10. *Ельмеев, Я.Я.* Человек труда вместо человеческого капиталу: Перспективы человека в глобализирующемся мире / *Я. Я. Ельмеев;* под ред. *В. В. Парцван.* – СПб.: Санкт-Петербургское философское общество, 2003. – С. 319–351.
11. *Кендюхов, О. В.*Економічний підхід до визначення часу / *О. В. Кендюхов, К. Ю. Ягельська* //Маркетинг і менеджмент інновації. – 2012. –№ 3. – С. 141–148.
12. *Львов, Ю. А.* Основы экономики и организации бизнеса / *Ю. А. Львов.* – М.: ГМП «ФОРМИКА», 1992. – 382 с.

13. *Володарський, Є. Т.* Метрологічне забезпечення вимірювань і контролюнавч. пос. /*Є. Т. Володарський,В. В. Кухарчук, В. О. Подроженко,Г. Б. Сердюк.* – Вінниця: ВДТУ, 2001. – 244 с.
14. *Пономаренко, В.С.* Багатовимірний аналіз соціально-економічних систем: навч. пос. / *В. С. Пономаренко, Л. М. Малярець.* – Харків: ХНЕУ, 2009. – 384 с.
15. *Гонтарева І.В.* Поняття вартості при оцінці ефективності діяльності підприємства. / *І. А. Гонтарева* //Управління розвитком. – 2015. – № 2 (180). – С. 60 – 65
16. *Cairnsa,D.* IFRS fair value measurement and accounting policy choice in the United Kingdom and Australia / *D. Cairnsa, D. Massoudib, R. Taplinc, A. Tarca* // The British Accounting Review. – 2011. –Vol. 43, № 1. – P. 1–21. doi:10.1016/j.bar.2010.10.003
17. IFRS 13Fair Value Measurement [Electronic resource] // eIFRS. – 2012. – Available at: \www/URL: http://www.ifrs.org/IFRSs/Documents/IFRS13.pdf
18. *Deitrick,J. W.* The Global Expansion of IFRS and Fair Value Measures / *J. W. Deitrick* // Hitachi Research Institute Journal. – 2010. – P. 34–41.
19. *Mard,M. J.* Valuation for Financial Reporting: Fair Value, Business Combinations, Intangible Assets, Goodwill and Impairment Analysis / *M. J. Mard, J. R. Hitchner, S. D. Hyden.* – Ed. 3. – Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, 2010. – 280 p.
20. *Novoa, A.*Procyclicality and Fair Value Accounting [Electronic resource] / *A. Novoa, J. Scarlata, J. Sole.* – International Monetary Fund, 2009. –Available at: \www/URL: http://www.imf.org/external/pubs/ft/wp/2009/wp093

**References (transliterated):**

1. Chukhray, N.I. *Suchasnamodel'rozvytkususpil'stva: innovatsiynemarnotrat·stvochyob"yektyvnaneobkhidnist'*? / N. I Chukhrvay // Biznesinform. –2012. – No 5. – P. 8–12.
2. Anykyn, B. A. Lohystyka/ B. A. Anykyn. –Moskva.: Ynfra-M, 2002. – 367p.
3. Rudenko M. D. «Enerhiyaprohresu» (Narysy z fizychnoyiekonomiyi). / M. Rudenko –Ternopil'. V - vo «Dzhura», 2004 r.
4. Krykavs'kyy, Ye. V. Lohistyka. Osnovyteoriyi / Ye. V. Krykavs'kyy. – L'viv: NU «L'vivs'kapolitekhnika», «Intelekt – Zakhid», 2004. – 416p.
5. Marks, K. Kapytal. Krytykapolytycheskoyэkonomyky/ K.Marks. – Moskva: Polytyzdat, 1978. –907 p.
6. Эnhel's, F. Anty – Dyurynh / F. Эnhel's. – Moskva: Polyyzdat,1978. – 358p.
7. RanharFrysh. Otutopycheskoyteoryy k praktycheskomuprylozhenyyu: sluchayekonometryky. / RanharFrysh // Vsemyrnoepryznanye: Lektsyynobelevskykhlaureatov/ pod. red. H.H. Fetysova – Kn. 1- Moskva,Mыsl'. 2004.- P 49- 86.
8. Shumpeter, Y. Yssledovanyepredprynymatel'skoyprybyly, kredyta, protsenta y tsyklakonъyunkturы: per. s nem. / Y. Shumpeter. – Moskva:Prohress, 1982. – 453 p.
9. Hyhoryan, H. M. Katehoryyatruda y eemetamorfozы v эkonomycheskoynauke / H. M. Hryhoryan // Sotsyal'nayaэkonomyka. – 2004. – No 1-2. –P. 51–72.
10. El'meev, Ya.Ya. Chelovektrudavmestochelovecheskohokapytalu: Perspektyvыcheloveka v hlobalyzyruyushchemsyamyre [Tekst] / Ya. Ya. El'meev; podred. V. V. Partsvan. – SPb.: Sankt-Peterburhskoe fylosofskoeobshchestvo, 2003. – P. 319–351.
11. Kendyukhov, O. V.Ekonomichnyypidkhiddovyznachennyachasu / O. V. Kendyukhov, K. Yu. Yahel's'ka //Marketynh i menedzhmentinnovatsiyi 2012. –No. 3. – P. 141–148.
12. L'vov, Yu. A. Osnovыэkonomyky y orhanyzatsyybyznesa [Tekst] / Yu. A. L'vov. – M.: HMP «FORMYKA», 1992. – 382 p.
13. Volodars'kyy, Ye. T. Metrolohichnezabezpechennyavymiryuvan' i kontrolyunavch. pos. / Ye. T. Volodars'kyy,V. V. Kukharchuk, V. O. Podrozhenko, H. B. Serdyuk. – Vinnytsya: VDTU, 2001. – 244 p.
14. Ponomarenko, V.S. Bahatovymirnyyanalizsotsial'no-ekonomichnykhsystem: navch. pos. / V. S. Ponomarenko, L. M. Malyarets'. – Kharkiv: KhNEU, 2009. – 384 p.
15. Hontareva I.V. Ponyattyavartostipryot sintsiefektyvnostidiyal'nostipidpryyemstva. / I. A. Hontareva //Upravlinnya rozvytkom. – 2015. – No. 2 (180). – P. 60 – 65
16. Cairnsa,D. IFRS fairvaluemeasurementandac countingpolicychoiceintheUnitedKingdomandAustralia / D. Cairnsa, D. Massoudib, R. Taplinc, A. Tarca // TheBritishAccountingReview. – 2011. –Vol. 43, No. 1. – P. 1–21. doi:10.1016/j.bar.2010.10.003
17. IFRS 13Fair ValueMeasurement [Electronicresource] // eIFRS. – 2012. – Availableat: \www/URL: http://www.ifrs.org/IFRSs/Documents/IFRS13.pdf
18. Deitrick,J. W. TheGlobalExpansionof IFRS andFairValueMeasures / J. W. Deitrick // HitachiResearchInstituteJournal. – 2010. – P. 34–41.
19. Mard,M. J. ValuationforFinancialReporting: FairValue, BusinessCombinations, IntangibleAssets, GoodwillandImpairmentAnalysis/ M. J. Mard, J. R. Hitchner, S. D. Hyden. – Ed. 3. – Hoboken, NJ: JohnWiley&Sons, 2010. – 280 p.
20. Novoa, A. ProcyclicalityandFairValueAccounting [Electronicresource] / A. Novoa, J. Scarlata, J. Sole. – InternationalMonetaryFund, 2009. –Available at: \www/URL: http://www.imf.org/external/pubs/ft/wp/2009/wp0939.pdf

*Надійшла(received) 19.09.2017*

*Бібліографічні описи /Библиографическиеописания /Bibliographicdescriptions*

**Теоретичні засади виміру логістики інноваційного руху додаткового продукту в процесі виробничої діяльності / І.А.Кабанець //** Вісник НТУ “Харківський політехнічний інститут” (економічні науки). – Х.: НТУ „ХПІ”. - 2017. - № 45(1266).- С. 9-15 . Бібліогр. 20 назв. – ISSN 2519-4461.

**Теоретические основы измерения логистики инновационного движения прибавочного продукта в процессе производственной деятельности / И. А. Кабанец //** Вестник НТУ “Харьковский политехнический институт” (экономические науки). – Х.: НТУ „ХПИ”. - 2017. - № 45(1266).- С. 9-15 . Библиогр.: 20 названий. – ISSN 2519-4461.

**Theoreticalbasisformeasuringthelogisticsofinnovativemovementofsurplusproductintheproductionprocess/ I. A. Kabanets//** Bulletin of NTU "Kharkiv Polytechnic Institute" (economic sciences). – Kharkiv.: NTU "KhPI". - 2017. - № 45(1266).- P. 9-15 . Bibliogr.: 20 names. – ISSN 2519-4461.

*Відомості про авторів /Сведения об авторах /AbouttheAuthors*

***Кабанець Ірина Анатоліївна***–старший викладач кафедрименеджменту та оподаткування НТУ «ХПІ»(050) 90-24-483,*email:qvelid@ukr.net*

***Кабанец Ирина Анатольевна***– старший преподаватель кафедры менеджментаи налогообложения НТУ «ХПИ»,(050) 90-24-483,*email:qvelid@ukr.net*

***KabanetsIrinaAnatolievna***–Senior Lecturer department of Management and Taxation NTU « KPI» *(050) 90-24-483, email:qvelid@ukr.net*

УДК 338.22

***Т. В. ВЕРЕЩАКА, Л.П. СКОТНІКОВА***

# ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Результати проведених досліджень свідчать, що підходи вчених до визначення поняття конкурентоспроможності базуються на різних аспектах: висока якість та споживча цінність продукції, потенціал підприємства, фінансова ефективність у порівнянні з конкурентами та інші. Результатом врахованих недоліків проаналізованих понять, став подальший розвиток сутності даної категорії, що знайшов відображення в узагальненні поняття «конкурентоспроможність підприємства», яке визначається нами як здатність суб'єкта господарювання накопичувати та ефективно використовувати зовнішні та внутрішні ресурси, при врахуванні впливу факторів екзогенного середовища, з метою задоволення потреб споживачів та отримання довгострокових переваг над конкурентами. Визначені проблеми та перспективи управління конкурентоспроможністю в умовах глобалізації вказують на те, що отримати вигоду від глобалізаційних процесів можуть лише компанії з високим потенціалом (виробничим, маркетинговим, управлінським).

**Ключові слова:** конкуренція, конкурентоспоможність, промислове підприємство, управління конкурентоспроможністю

Результаты проведенных исследований свидетельствуют, что подходы ученых к определению понятия конкурентоспособности основаны на различных аспектах: высокое качество и потребительская ценность продукции, потенциал предприятия, финансовая эффективность по сравнению с конкурентами и другие. Результатом учтенных недостатков проанализированных понятий, стало дальнейшее развитие сущности данной категории, нашел отражение в обобщении понятия «конкурентоспособность предприятия», которое определяется нами как способность субъекта хозяйствования накапливать и эффективно использовать внешние и внутренние ресурсы, при учете влияния факторов экзогенного среды, с целью удовлетворения потребностей потребителей и получение долгосрочных преимуществ над конкурентами. Определены проблемы и перспективы управления конкурентоспособностью в условиях глобализации указывают на то, что получить выгоду от глобализационных процессов могут только компании с высоким потенциалом (производственным, маркетинговым, управленческим).

**Ключевые слова:** конкуренция, конкурентоспоможнисть, промышленное предприятие, управление конкурентоспособностью

As a result of the research, it has been determined that the approaches of scientists to the definition of competitiveness are based on various aspects: high quality and consumer value of products, enterprise potential, financial efficiency compared with competitors and others. The result of the consideration of the shortcomings of the analyzed concepts was the further development of the essence of this category, which was reflected in the generalization of the concept of "enterprise competitiveness", which we define as the ability of the entity to accumulate and effectively use external and internal resources, taking into account the influence of factors exogenous environment, from To meet the needs of consumers and to obtain long-term advantages over competitors. The identified problems and perspectives of competitiveness management in the conditions of globalization indicate that only companies with high potential (production, marketing, management).

**Key words:** competition, competitiveness, industrial enterprise, competitiveness management

**Вступ.** В сучасних умовах глобалізації товарних та фінансових ринків відбувається масштабне проникнення продукції одних країн на ринки інших з метою отримання більш високого прибутку, що зумовлює підвищення рівня конкуренції. Дестабілізуючі фактори, які спостерігаються в останні роки, набувають поширення під дією процесів інтернаціоналізації господарських систем різних країн, загострюють конкуренцію на зовнішніх ринках, що призводить до підвищення значимості забезпечення конкурентоспроможності як елемента системи управління підприємством. Саме тому, в сучасних ринкових умовах ефективне управління конкурентоспроможністю вітчизняних промислових підприємств є головною передумовою забезпечення ефективної, результативної їх діяльності.

**Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими чи практичними завданнями.** Для підтримки успіху в конкурентній боротьбі потрібно здійснювати перманентний моніторинг, аналізувати цільові ринки, позицію фірми, позиції конкурентів, уподобання споживачів, досліджувати сильні та слабкі сторони господарської діяльності, оптимізувати здатність швидкого пристосування до динамічного ринкового середовища. Необхідним є також аналіз конкурентоспроможності продукції та компанії загалом на міжнародному ринку, що дозволяє визначити її позиції в галузі та розробити або скоригувати конкурентну стратегію. Для проведення визначених заходів українські підприємства повинні впроваджувати систему управління конкурентоспроможністю, яка буде відповідати небезпекам зовнішнього середовища та можливостям самого підприємства.

Мета данної статті полягає у розвитку теоретико-методологічних засад управління конкуренто-спроможністю промислового підприємства в умовах глобалізації для розробки рекомендацій щодо його удосконалення.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій, у яких започатковано розв'язання даної проблеми.** Питання підвищення конкурентоспроможності підприємств вже не одне сторіччя детально вивчається іноземними та вітчизняними теоретиками та практиками. Дану проблематику вивчали такі зарубіжні вчені, як М. Портер, Р. Уотермен, Т. Коно, Г.Л. Азоєв, І. Ансофф, Г. Ассель, С. Брю, Ю. Рубін, К. Макконел, І. Адізіс, А Томсон, Ф. Котлер, Ж-Ж Ламблан, а також вітчизняними Т. Харченко, І. Должанський, Ю. Іванов, С. Клименко, Я. Базилюк, О. Анісімова, І. Горбаль, Р. Мансуров, та інші.

Аналіз праць зарубіжних та вітчизняних науковців доводить необхідність розробки

© Т.В. Верещака, Л.П. Скотникова 2017

ефективного апарату управління конкурентоспроможністю промислового підприємства для підвищення ступеню їх адаптації до умов навколишнього середовища. Це й обумовило актуальність дослідження

**Викладення основного матеріалу дослідження.** Одним з основних елементів, на якому ґрунтується конкурентна боротьба, є конкурентоспроможність. У сучасній економічній літературі наводиться досить великий перелік визначень конкурентоспроможності.

Конкурентоспроможність – це комплексна характеристика здатності суб'єкта господарювання ефективно конкурувати на ринку за умови зростання конкурентного потенціалу [1].

Дефініція «конкурентоспроможність» була введена в науковий термінологічний обіг тільки у XX столітті, тобто вже після того, як в повному обсязі велися дослідження поняття «конкуренція». Сьогодні більшість науковців погоджуються з тим, що «конкурентоспроможність» є похідною категорією від «конкуренції» та обумовлена законами її дії, механізмами забезпечення конкурентних переваг продукції та товаровиробників, виявлення цінностей споживачів тощо.

Найбільшого поширення набуло розуміння конкурентоспроможності за М. Портером [2] як реальної та потенційної можливості суб'єкта господарювання за наявних умов проектувати, виготовляти, збувати товари, які за ціновими й неціновими характеристиками привабливіші для споживачів, ніж товари їхніх конкурентів.

Слід зазначити, що М. Портер [2] приділяв більше уваги розгляду конкурентоспроможності на макрорівні. В своїх працях він досліджував інтенсивність конкуренції національних економік і довів, що вона залежить від п'яти основних конкурентних сил та первинних факторів (наприклад, вартість ресурсів). У своїх працях він активно використовував поняття «економічний кластер», акцентуючи увагу на те, що конкурентоспроможність суб'єктів господарювання залежить від їхнього економічного оточення, тобто від базових умов і конкуренції всередині кластера.

Поряд з вивченням конкурентоспроможності на макрорівні її доволі часто розглядають також на рівні окремих суб'єктів господарювання. Так, зокрема, Г. Ассель [3] розуміє її як можливість підтримувати окремі сегменти ринку, та одномоментно збільшувати власний прибуток, покращувати стандарти навколишнього середовища та соціальні стандарти.

Дещо іншим за своєю сутністю є визначення, що описує конкурентоспроможність «як можливість суб'єктів ринкових відносин протистояти один одному (конкурентам) як за ступенем задоволення своїми товарами або послугами конкретної суспільної потреби, так і за ефективністю виробничої діяльності» [4].

Ж.-Ж Ламбен [5] розуміє конкурентоспроможність як процес створення можливостей для кращого, ніж у конкурентів, задоволення потреб покупців.

Конкурентоспроможність виступає економічною категорією, яка зумовлює спроможність суб'єкта господарської діяльності впливати на ринкову ситуацію у власних інтересах та здатність виробляти продукцію, яка б задовольнила потреби споживача за умови невеликого рівня витрат [6].

Ключовими особливостями конкурентоспроможності підприємства як економічної категорії є:

- порівняльний характер (відносна оцінка);
- короткострокові та довгострокові складові;
- залежність від конкурентоспроможності товару;
- залежність від ефективності функціонування підприємства [7].

На думку закордонних експертів, сутність конкурентоспроможності підприємства виражається через багаторівневу ієрархію факторів. Верхній рівень – це частка ринку, яка безумовно залежить від досягнутої конкурентоспроможності продукції. Другий рівень встановлює її потенційну конкурентоспроможність. Третій і четвертий – якість та ефективність управління, а п'ятий рівень характеризує економічні результати діяльності підприємства.

Конкурентоспроможність підприємства характеризується дією цілої системи факторів зовнішнього та внутрішнього середовища його функціонування. Таким чином, до факторів зовнішнього середовища відносять:

– рівень державного регулювання та розвитку економіки країни (система оподаткування, кредитно-фінансова та банківська система, система зовнішньоекономічних зв'язків країни);

– система комунікацій;

– фактори, які визначають споживання продукції (ємність ринку, вимоги споживачів до якості продукції та ін.).

Фактори внутрішнього середовища підприємства характеризують наступні внутрішньовиробничі показники:

– технічний рівень виробництва;

– технологія;

– організація виробництва та управління;

– система формування та стимулювання попиту та ін..

У внутрішньому середовищі рівень конкурентоспроможності підприємства визначається ключовими факторами – виробничий потенціал (організаційно-технічні, фінансово-економічні чинники та маркетинг) та інвестиційний потенціал (розмір власних джерел інвестування та можливість залучення додаткових фінансових ресурсів) [6].

Також варто зазначити, що рівень конкурентоспроможності залежить від взаємодії п'яти конкурентних сил, якими виступають: постачальники сировини, потенційні нові конкуренти, товари-субститути, покупці продукції та

специфіка галузі (рис. 1) [7]. Вище зазначені фактори визначають граничний потенціал прибутковості галузі. Відповідно до даної моделі, компанія повинна знайти та зайняти таку позицію в галузі, де вона буде найбільш захищена від впливу цих сил, або зможе сама впливати на них.

П'ятифакторна модель конкурентних сил дає можливість виявити сильні та слабкі сторони підприємства, проаналізувати, в яких областях стратегічні зміни матимуть максимальний позитивний ефект та виявити області, в яких галузеві тенденції здійснюють найбільший вплив на потенціальні можливості компанії або загрози. Розуміння цих базових факторів дозволяє визначити можливі напрямки диверсифікації.

Рисунок 1 – П'ятифакторна модель конкурентних сил за М. Портером

Конкурентоспроможність підприємства є одним із основних критеріїв оцінки ефективності його діяльності. Це його здатність забезпечувати вищу ефективність виробництва у порівнянні з конкурентами в довгостроковій перспективі. Очевидно, що конкурентоспроможність є результатом діяльності усіх підрозділів підприємства в усіх напрямах виробництва та його обслуговування.

Необхідно підкреслити, що для забезпечення стійких конкурентних позицій на світовому ринку, підприємству, перш за все, необхідно володіти конкурентним перевагами на національному ринку, вправно використовувати всі свої ресурси та можливості [7].

Таким чином, конкурентна перевага – це відносна категорія, для якої притаманна здатність адаптації до умов, що змінюються, певний рівень стійкості та ефективності, що в сукупності визначає можливості успішного функціонування підприємства в конкурентному середовищі. Інакше кажучи, це висока компетентність підприємства, що надає йому найкращі можливості залучати й зберігати клієнтів.

Конкурентні переваги як стратегічні фактори успіху повинні відповідати наступним вимогам:

1) базуватись на можливостях підприємства, які зобов'язані бути оригінальнішими у порівнянні з конкурентами, і які неможливо скопіювати;

2) забезпечувати унікальність торгової марки у порівнянні з конкурентами у довгостроковій перспективі;

3) задовольняти специфічні потреби клієнтів [1].

Управління конкурентоспроможністю підприємства представляє собою процес здійснення сукупності систематизованих та взаємно узгоджених дій щодо визначення довгострокових цілей та напрямів діяльності підприємства. Це своєрідна форма визначення економічних можливостей та проблем підприємства у досягненні пріоритетних довгострокових цілей, які ґрунтуються на обраній стратегії поведінки та розвитку [9].

Процес управління конкурентоспроможністю підприємства можна представити у вигляді чотирьох взаємопов'язаних блоків:

1) визначення основних пріоритетів - постановка цілей підприємства у сфері досягнення відповідного рівня конкурентоспроможності;

2) визначення завдань – аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища функціонування підприємства;

3) розробка стратегії – формування альтернативних пакетів стратегій досягнення очікуваного рівня конкурентоспроможності підприємства;

4) реалізація стратегії – вибір оптимального пакету стратегій та розробка стратегічного плану досягнення конкурентоспроможності підприємства [10].

Отже для досягнення бажаного рівня конкурентоспроможності необхідним є формування та реалізація конкурентної стратегії підприємства.

Варто зазначити, що нові підходи до управління конкурентоспроможністю повинні ґрунтуватися на баченні майбутнього підприємства та узгоджуватися з його цілями. Саме така система буде запорукою його успішного функціонування, що в свою чергу дозволить забезпечити високоефективну господарську діяльність та конкурентоспроможність підприємства у майбутньому.

Для ефективного функціонування підприємства та забезпечення конкурентних переваг на ринку необхідно мати чітке уявлення про кількісну міру конкурентоспроможності. На жаль, сьогодні існує проблема відсутності єдиного підходу до їх оцінювання, що призводить до отримання неоднозначних висновків у побудові ринкових стратегій. Така ситуація в свою чергу, може призвести до значних фінансових втрат.

Сучасні методи оцінювання конкурентоспроможності можна диференціювати в залежності від різних класифікаційних ознак. Розглянемо більш детально кожну з груп та виявимо специфіку застосування традиційних методів оцінювання конкурентоспроможності.

За напрямом формування інформаційної бази можна виділити критеріальні та експертні методи оцінювання.

В основу розрахунку критеріального методу покладені абсолютні значення основних показників. За способом формування інформаційної бази усі методи є найточнішими в порівнянні з іншими. Експертні методи є більш простими у визначенні конкурентоспроможності суб'єкта господарювання. Вони грунтується на порівняльній оцінці, яка відображає рівень сукупності показників оцінювання можливостей суб'єкта господарювання. Поряд з цим слід відзначити, що дані методи оцінювання конкурентоспроможності суб'єкта господарювання можливо використовувати і для оцінювання конкурентоспроможності, оскільки основний принцип виявлення потенціалу суб'єкта господарювання

можливо застосовувати і для послуги – визначення пріоритетності (на відміну від інших товарів-аналогів) дає змогу отримати конкурентні переваги на ринку, оскільки не потребує збирання повної інформації про конкурентів, так як базується на думці досвідчених фахівців. Поряд з цим, зауважимо що дана група методів базується на суб'єктивному (експертному) оцінювані, що може призвести до викревлення результів.

За способом відображення результатів виокремлюють графічні, математичні та логістичні методи оцінювання.

Графічні методи дозволяють отримати достатньо високий рівень загальних висновків в динаміці за допомогою графічних об'єктів (наприклад, діаграми, гафіки чи рисунки).

Використання математичних методів дозволяє здійснювати оцінювання за допомогою використання факторних моделей, що базується на обчисленні інтегральних показників. В порівняні і графічними та логістичними, дані методи є більш точними, хоча потребують значного обсягу статистичних даних в динаміці, що не завжди можливо отримати.

Логістичні методи оцінювання базуються на логічних припущеннях та побудові алгоритмів вирішення заздалегідь поставлених задач.

За фактором часу всі методи оцінювання можна умовно поділити на статистичні та динамічні.

Статичні методи дають змогу здійснювати оцінюваня лише поточний стан поставлених завдань, при чому не даючи інформації щодо побудови прогнозів в аналізованому напрямку.

Динамічні методи допомагають не лише оцінити стан конкурентоспроможності потенціалу об'єкта дослідження на конкретну дату, а й розробити стратегічні заходи для забезпечення стабільності об'єкта оцінки в майбутньому.

За формою можна виділити індикаторні та матричні методи оцінювання.

З теоретичної точки зору індикаторні методи оцінювання основуються на побудові такої системи індикаторів, яка дасть змогу здійснити оцінювання конкурентоспроможності з різних боків об'єкта дослідження в цілому. В даному випадку під поняттям «індикатор» розуміється сукупність параметрів, що з одного боку дають змогу описати стан об'єкта дослідження, а з іншого – надати рекомендації управлінського характеру щодо підвищення його конкурентоспроможності. Кожен індикатор у свою чергу включає в себе низку показників, які відображають стан окремих елементів досліджуваного суб'єкта господарювання.

В умовах посилення глобалізації конкурентна стратегія є одним із ключових інструментів забезпечення конкурентоспроможності підприємства у довгостроковій перспективі.

Сукупність стратегічних дій для кожного підприємства є індивідуальним, що визначає неповторність поведінки підприємства на ринку. При цьому, вибір стратегії обумовлений різними факторами, які є динамічними у просторі і часі.

Етап формування стратегії розвитку можна представити як синтез мистецтва та науки. Це своєрідна арена зіткнення різних інтересів влади та впливу. Вирішення стратегічних завдань обертається на колективне мистецтво настільки, що можна безумовно стверджувати про колективну стратегію з переважанням аспекту співробітництва над моментом конкуренції.

Розрізняють два підходи до обрання стратегії:

1) використовуючи метод аналізу відхилень від цілей,підприємство має обрати таку альтернативну стратегію, яка найкраще відповідатиме його цілям у майбутньому. Даній стратегії буде відповідати відповідний рівень стратегічної конкурентоспроможності підприємства;

2) враховуючи наявну стратегію та конкурентні переваги, підприємство має обрати таку стратегію із можливих, яка найкраще відповідатиме його теперішнім цілям [11].

Крім цього, до основних критеріїв, за якими слід обирати конкурентну стратегію відносять:

- інтенсивність конкуренції;
- умови економічного середовища;
- ступінь розвитку бізнесу та його привабливість;
- конкурентний статус підприємства;
- конкурентоздатність продукції та привабливість галузі.

До основних компонентів конкуренто-спроможності стратегії підприємства належать:

- інновації: конкурентна технологія, технічна модернізація,випуск нових товарів – дають змогу зменшити витрати і збільшити збут за рахунок нововведень та переваг науково-технологічного розвитку, а також визначають сутність інноваційної стратегії підприємства;
- фінансово-економічна стійкість, яка зберігає рівновагу підприємства и зміцнює завойовані ринкові позиції, сприяє підвищенню конкурентоспроможності;
- інтеграція, кооперація, спеціалізація як спосіб розміщення ресурсів та активів в рамках стратегії прискореного реагування або інноваційної стратегії.

Формування стратегії розвитку підприємства має охоплювати наступні ключові елементи:

1) усвідомлення місії підприємства, яка є основною метою діяльності підприємства та визначає пріоритетні напрями стратегічного розвитку підприємства. Також сюди відносять аналіз загального періоду формування стратегії, головною умовою якого є передбачуваність розвитку економіки в цілому та кон'юнктури споживчого ринку в тому числі;

2) визначення стану зовнішнього середовища та аналіз його впливу на діяльність підприємства. Формування ефективних форм взаємодії із зовнішнім середовищем та взаємозв'язків у внутрішньому середовищі підприємства;

3) оцінка сильних і слабких аспектів діяльності підприємства, що визначає можливості внутрішнього потенціалу підприємства і має на меті на виявлення рівня його конкурентоспроможності;

4) вибір ключової стратегічної моделі розвитку підприємства з урахуванням стадії його життєвого циклу;

5) розробка системи стратегічних цілей підприємства з врахуванням визначаючої стратегічної моделі розвитку підприємства;

6) аналіз цільових показників стратегічного управління розвитком підприємства по періодах реалізації та формулювання політики стратегічного управління за окремими найбільш важливими напрямками діяльності підприємства;

7) прогнозування плану розвитку ринків, де функціонує підприємство з урахуванням чинників зовнішнього середовища, розроблення альтернативних стратегій розвитку підприємства та сценаріїв їх реалізації [12].

У розробці концепції розвитку приймають участь ряд спеціалістів, а саме менеджери, маркетологи,спеціалісти фінансових служб. Майбутній сценарій росту, як правило, включає декілька взаємопов'язаних стратегій. Вибір найкращого варіанту концепції є досить складним процесом, саме тому він відбувається за умови залучення експертної групи спеціалістів [11].

При розробці стратегії необхідно враховувати реакцію об'єктів конкурентного середовища, а також весь арсенал конкурентних переваг. Для ефективного та правильного вибору конкурентної стратегії підприємство зобов'язане мати інформацію про досягнутий рівень конкурентоспроможності за декілька років (показники повинні бути розрахованими за однаковою методикою). Таким чином, динаміка зміни конкурентоспроможності у часі та аналіз наявних проблем в результаті дозволять отримати необхідну інформацію для вибору правильної стратегії.

Після аналізу конкурентоспроможності підприємство може опинитись в одній з п'яти ситуацій:

1) рівень конкурентоспроможності стабільний;
2) рівень конкурентоспроможності спадний;
3) підприємство стрімко втрачає конкурентні можливості;
4) рівень конкурентоспроможності помірно зростає;
5) рівень конкурентоспроможності стрімко зростає.

У кожному випадку підприємство має три сценарії розвитку: збереження наявного стану, його погіршення або покращення. Для двох критичних ситуацій, а саме – «стрімке зростання/падіння» характерний лише один варіант – «помірне зростання/ падіння» відповідно.

Очевидно, що вибір стратегії залежить від можливостей підприємства, наявної конкурентної ситуації, її відповідності стратегічним цілям та факторів, що до неї призвели.

Варіанти стратегій визначаються з урахуванням цілей подальшого розвитку, місії підприємства, його місця у галузевій та ринковій структурі. Рівень оцінки кожного варіанту складається на основі впливу суттєвих внутрішніх та зовнішніх факторів (рис. 2).

Рисунок 2 – Чинники, що впливають на вибір конкурентної стратегії підприємства

Рівень впливу кожного фактору оцінюється колективом спеціалістів-експертів. У результаті застосування експертної процедури численні значення оцінок стратегій визначаються як сума коефіцієнтів відносної важливості факторів впливу та експертної оцінки доцільності, адекватності та актуальності стратегії.

На основі отриманих значень доцільно побудувати таблицю пріоритетів альтернативних стратегій і, як результат, сформувати концепцію розвитку підприємства, яка враховуватиме рейтинг стратегії (за 10-ти бальною шкалою), цілі, час реалізації, об'єм ресурсного забезпечення.

**Висновки** В роботі розглянуто теоретичні аспекти управління конкурентоспроможністю промислового підприємства.

В результаті проведених досліджень визначено, що підходи вчених до визначення поняття конкурентоспроможності базуються на різних аспектах: висока якість та споживча цінність продукції, потенціал підприємства, фінансова ефективність у порівнянні з конкурентами та інші. Результатом врахованих недоліків проаналізованих понять, став подальший розвиток сутності даної категорії, що знайшов відображення в узагальненні поняття «конкурентоспроможність підприємства», яке визначається нами як здатність суб'єкта господарювання накопичувати та ефективно використовувати зовнішні та внутрішні ресурси, при врахуванні впливу факторів екзогенного середовища, з метою задоволення потреб споживачів та отримання довгострокових переваг над конкурентами.

Досягнення конкурентних переваг є одним із стратегічних завдань менеджменту підприємства, виконання якого ускладнюється в умовах глобалізації. З метою теоретичного обґрунтування специфічних рис та розробки напрямів удосконалення управління підприємством у наданій статті вказані та охарактеризовані особливі ознаки конкурентоспроможності в умовах глобалізації.

**Список літератури**

1. *Горбаль Н. І.* Система управління конкурентоспроможністю підприємства / Н. І. Горбаль // Науковий вісник НЛТУ. - 2010. - Вип. 20. - С. 112-117.
2. *Портер М.* Международная конкуренция [Текст] / М. Портер; пер. с англ. В. Д. Щетинина. — Москва: Международные отношения, 1993. — 51 с.
3. *Ассель Г.* Маркетинг: принципы и стратегии. Учебник для вузов. – Москва: Юнити-Дана, 2005. -463 с.
4. *Ламбен Жан-Жак.* Менеджмент, ориентированный на рынок / Перев. с англ. под ред. *В. Б. Колчанова.*— СПб.: Питер, 2007.
5. *Іванов Ю.Б.* Конкурентні переваги підприємства: оцінка, формування та розвиток: монографія / *Ю.Б. Іванов, П.А. Орлов, О.Ю. Іванова*. - Харків: ВД «ІНЖЕК», 2008. - 352 с.
6. *Клименко С. М.* Управління конкурентоспроможністю підприємства : навч. посібник / *С. М. Клименко, О. С. Дуброва, Д. О. Барабась* та ін. ; під заг. ред. *С. М. Клименко, О. С. Дуброва*. - Київ : КНЕУ, 2006. - 527 с
7. *Котлик А. В.* Застосування процесного підходу до управління конкурентоспроможністю підприємства / *А. В. Котлик* : матеріали III міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої 45 річниці Полтавського університету споживчої кооперації України / М-во освіти і науки, Полтавський університет споживчої кооперації

України. - Полтава : ПУСКУ, 2006. - С. 119
8. *Чандлер А.* Стратегия и структура. - Москва: Мир, 1988. - 464 с.
9. *Гончарук Т. І.* Навчально-методичний посібник. Державний вищий навчальний заклад "Українська академія банківської справи Національного банку України". - Суми: ДВНЗ "УАБС НБУ", 2009. - 160 с.
10. *Гайсан Т. С.* Система управління конкурентоспроможністю підприємства / *Т. С. Гайсан, О. В. Попадюк* // Соціально-економічний розвиток України:Европейський вибір. Матеріали міжнародної науково-практичної конференції (м. Одеса, 23 - 24 грудня 2011 р.). - 2011. - Ч. 1. - С. 39-41.
11. *Фатхутдинов Р. А.* Управление конкурентоспособностью организации / Фатхутдинов Р. А. - Москва : Изд-во Эксмо, 2004. - 544 с.
12. *Клюквіна М. С.* Сучасні підходи до управління конкурентоспроможністю підприємства [Електронний ресурс] : Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського. - Режим доступу: http: //archive.nbuv. gov.ua/e-journals/PSPE/2010_3/Klukvina_310.htm.
13. *Должанський І. З.* Конкурентоспроможність підприємства : навч. посібник / *І. З. Должанський, Т. О. Загорна*. - Київ : Центр навчальної літератури, 2006. - 384 с.

**References (transliterated)**

1. Horbal' N. I. *Systema upravlinnya konkurentospromozhnistyu pidpryyemstva* / N. I. Horbal' // Naukovyy visnyk NLTU. - 2010. - Vyp. 20. - P. 112-117.
2. Porter M. *Mezhdunarodnaya konkurentsyya* [Tekst] / M. Por¬ter; per. s anhl. V. D. Shchetynyna. — Moscow: Mezhdunarodnыe otnoshenyya, 1993. — 51 p.
3. Assel' H. *Marketynh: pryntsypы y stratehyy*. Uchebnyk dlya vuzov. – Moscow: Yunyty-Dana, 2005. -463 p.
4. Lamben Zhan-Zhak. Menedzhment, oryentyrovannыy na rынok / Perev. s anhl. pod red. V. B. Kolchanova.— SPb.: Pyter, 2007.
5. Ivanov Yu.B. *Konkurentni perevahy pidpryyemstva: otsinka, formuvannya ta rozvytok*: monohrafiya / Yu.B. Ivanov, P.A. Orlov, O.Yu. Ivanova. - Kharkov: VD «INZhEK», 2008. - 352 p.
6. Klymenko S. M. *Upravlinnya konkurentospromozhnistyu pidpryyemstva* : navch. posibnyk / S. M. Klymenko, O. S. Dubrova, D. O. Barabas' ta in. ; pid zah. red. S. M. Klymenko, O. S. Dubrova. - Kiev : KNEU, 2006. - 527 p
7. Kotlyk A. V. *Zastosuvannya protsesnoho pidkhodu do upravlinnya konkurentospromozhnistyu pidpryyemstva* / A. V. Kotlyk : materialy III mizhnarodnoyi naukovo-praktychnoyi konferentsiyi, prysvyachenoyi 45 richnytsi Poltavs'koho universytetu spozhyvchoyi kooperatsiyi Ukrayiny / M-vo osvity i nauky, Poltavs'kyy universytet spozhyvchoyi kooperatsiyi Ukrayiny. - Poltava : PUSKU, 2006. - P. 119
8 Chandler A. *Stratehyya y struktura*. - Moscow: Myr, 1988. - 464 p.
9. Honcharuk T. I. Navchal'no-metodychnyy posibnyk. Derzhavnyy vyshchyy navchal'nyy zaklad "*Ukrayins'ka akademiya bankivs'koyi spravy Natsional'noho banku Ukrayiny*". - Sumy: DVNZ "UABS NBU", 2009. - 160 p.
10. Haysan T. S. *Systema upravlinnya konkurentospromozhnistyu pidpryyemstva* / T. S. Haysan, O. V. Popadyuk // Sotsial'no-ekonomichnyy rozvytok Ukrayiny:Evropeys'kyy vybir. Materialy mizhnarodnoyi naukovo-praktychnoyi konferentsiyi (m. Odesa, 23 - 24 hrudnya 2011 r.). - 2011. - Ch. 1. - P. 39-41.
11. Fatkhutdynov R. A. *Upravlenye konkurentosposobnost'yu orhanyzatsyy* / Fatkhutdynov R. A. - Moscow : Yzd-vo Эksmo, 2004. - 544 p.
12. Klyukvina M. S. *Suchasni pidkhody do upravlinnya konkurentospromozhnistyu pidpryyemstva* [Elektronnyy resurs] : Natsional'na biblioteka Ukrayiny imeni V. I. Vernads'koho. - Rezhym dostupu: http: //archive.nbuv. gov.ua/e-journals/PSPE/2010_3/Klukvina_310.htm.
13. Dolzhans'kyy I. Z. *Konkurentospromozhnist' pidpryyemstva* : navch. posibnyk / I. Z. Dolzhans'kyy, T. O. Zahorna. - Kiev : Tsentr navchal'noyi literatury, 2006. - 384 p.

*Надійшла (received) 19.09.2017*

*Бібліографічні описи / Библиографические описания / Bibliographic descriptions*

**Теоретичні аспекти управління конкурентоспроможністю підприємства / Т.В. Верещака, Л.П. Скотнікова //** Вісник НТУ “Харківський політехнічний інститут” (економічні науки). – Х.: НТУ „ХПІ”. - 2017. - № 45(1266).- С. 16-21 . Бібліогр. 13 назв. – ISSN 2519-4461.

**Теоретические аспекты управления конкурентоспособностью предприятия / Т.В. Верещака, Л.П. Скотникова //** Вестник НТУ “Харьковский политехнический институт” (экономические науки). – Х.: НТУ „ХПИ”. - 2017. - № 45(1266).- С. 16-21 . Библиогр.: 13 названий. – ISSN 2519-4461.

**Teoreticheskiye aspekty upravleniya konkurentosposobnost'yu predpriyatiya / T.V. Vereshchaka, L.P. Skotnikova //** Bulletin of NTU "Kharkiv Polytechnic Institute" (economic sciences). – Kharkiv.: NTU "KhPI". - 2017. - № 45(1266).- P. 16-21 . Bibliogr.: 13 names. – ISSN 2519-4461.

*Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors*

***Верещака Тетяна Вікторівна*** – Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», магістрант; тел.: (095) 018-49-44; e-mail: Tanyavereschaka2015@yandex.ru

***Верещака Татьяна Викторовна*** – Национальный технический университет «Харьковский политехнический институт», магистрант; тел.: (095) 018-49-44; e-mail: Tanyavereschaka2015@yandex.ru

***Vereshchaka Tetyana Viktorivna*** – National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute", magistr; tel.: (095) 018-49-44; e-mail: Tanyavereschaka2015@yandex.ru

***Скотнікова Любов Петрівна*** – Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», доцент; тел.: (097) 208-29-73; e-mail: Lps130847@gmail.com

***Скотникова Любовь Петровна*** – Национальный технический университет «Харьковский политехнический институт», доцент; тел.: (097) 208-29-73; e-mail: Lps130847@gmail.com

***Skotnikova Ljubov Petrivna*** – National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute", docent: tel.: (097) 208-29-73; e-mail: Lps130847@gmail.com

УДК 658.8:339.178.4

***І. О. КОРНЄЄВА, О. М. КІТЧЕНКО***

# МАРКЕТИНГ В МАЛОМУ БІЗНЕСІ

Розглянуто основні особливості малого підприємництва, його відмінності від підприємств середнього та великого бізнесу. Зазначені загальні проблеми, з якими зустрічається підприємство в процесі своєї комерційної діяльності, причини існування цих проблем. Перелічені та описані основні маркетингові категорії, що мають місце в діяльності підприємств малого бізнесу. Доведена важливість вивчення маркетингу керівниками компаній та кадрами. Обґрунтована необхідність компетентного використання маркетингових програм та інструментів.

**Ключові слова:** малий бізнес, маркетинг, маркетингова стратегія, управління маркетингом, життєвий цикл товару.

Рассмотрены основные особенности малого предпринимательства, его отличия от предприятий среднего и большого бизнеса. Очерчены основные проблемы, с которыми сталкивается предприятие в процессе своей коммерческой деятельности, причины существования этих проблем. Перечислены и описаны основные маркетинговые категории, которые существуют в деятельности предприятий малого бизнеса. Доказана важность изучения маркетинга руководством компании и кадрами. Обоснована необходимость компетентного использования маркетинговых программ и инструментов.

**Ключевые слова**: малый бизнес, маркетинг, маркетинговая стратегия, управление маркетингом, жизненный цикл товара.

Marketing in small business. There is review of the key features of the enterprises which belong to the field of small business differences from enterprise belong to the medium and large businesses. Common problems for all novice entrepreneurs in their commercial activities are described in this article with analysis of the causes of these problems. Each of these problems is serious barrier for enterprises. These problems must be solved as soon as possible to strengthen the company's position in the market. The importance of studying marketing by company management and workers is described in this article. Marketing illiteracy must be overcome if the company is striving to fulfill its purpose, mission and achieve certain commercial results. The necessity of competent use of marketing programs and tools is grounded. There is the necessity of improving the infrastructure of the enterprise, the communication policy and the implementation of marketing research.

**Keywords:** small business, marketing, marketing strategy, marketing management, product life cycle.

**Вступ.** В умовах поступового розвитку сучасної економіки значення маркетингу в підприємницькій діяльності дедалі зростає. За таких обставин, підприємства повинні значну увагу приділяти комплексу планово-управлінських рішень з маркетингу. Такі рішення надають підприємствам можливість ефективно працювати в висококонкурентному середовищі малого бізнесу. Концепція ринкового управління пронизує усі етапи виробничого процесу: від інноваційної ідеї нового продукту, його розробки та виробництва, до кінцевої реалізації з урахуванням потреб споживачів.

**Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими чи практичними завданнями.** Відсутність стрімкої динаміки розвитку малого бізнесу в Україні свідчить про наявність перешкод, що обмежують реалізацію більшості потенційних можливостей розвитку малого бізнесу країни. До об'єктивних перешкод можна віднести наступні:

- обмеженість доступу суб'єктів малого підприємництва до фінансових кредитних ресурсів, відсутність у більшості вказаних суб'єктів необхідної кредитної історії;
- велике податкове навантаження;
- адміністративні перешкоди з боку контролюючих органів, що стримують розвиток підприємництва;
- високі інвестиційні ризики та структура інвестицій, що не стимулює розвиток виробництва;
- численні факти прояву недоброчесної конкуренції по відношенню до малих підприємств;
- недостатній рівень професійної підготовки кадрів та керівництва підприємств, збереження професійної дискримінації в трудових відносинах;
- відсутність практики гнучкого використання основних інструментів маркетингу при формуванні товарної, комунікаційної, цінової політики, а також в організації купівельно-збутової діяльності підприємства [1].

Недостатня увага з боку суб'єктів малого підприємництва до маркетингу, маркетингових стратегій та тактик не дозволяє забезпечити належний рівень економічного росту підприємствам малого бізнесу.

Для того, щоб розібратися в концептуальних підходах до маркетингу необхідно подолати бар'єр маркетингової неграмотності, здобути теоретичні та практичні знання про використання маркетингу в малому бізнесу, про маркетингові закономірності та методи ринкового управління.

**Викладення основного матеріалу дослідження.** Малий бізнес - бізнес, що спирається на підприємницьку діяльність невеликих фірм, малих підприємств, які формально не входять до жодних об'єднань. Для малого бізнесу характерні незалежний менеджмент, власний капітал, локальний район операцій, невеликі розміри [2].

Згідно ст. 55 Господарського кодексу України під малими підприємствами розуміються:

- фізичні особи, зареєстровані в установленому законом порядку як фізичні особи - підприємці, у яких середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) не перевищує 50 осіб та річний дохід від будь-якої діяльності не перевищує суму, еквівалентну 10 мільйонам євро,

© І.О. Корнєєва, О. М. Кітченко. 2017

визначену за середньорічним курсом Національного банку України;

- юридичні особи - суб'єкти господарювання будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, у яких середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) не перевищує 50 осіб та річний дохід від будь-якої діяльності не перевищує суму, еквівалентну 10 мільйонам євро, визначену за середньорічним курсом Національного банку України [3].

Малий бізнес відіграє значну роль у забезпеченні зайнятості, певною мірою забезпечує насичення ринку споживчими товарами та послугами, сприяє послабленню монополізму, розвитку конкуренції, структурній перебудові економіки, є засобом досягнення особистого успіху багатьох людей. Малий бізнес — важливе джерело інновацій. Проте малі підприємства в Україні в своїй діяльності стикаються з великими труднощами.

Головна проблема малих підприємств — недостатня ресурсна база як матеріально-технічна, так і фінансова. Адже створення резерву засобів, потрібних для започаткування власної справи є неможливим для більшості населення країни. Занадто напружений державний бюджет не може стати джерелом цих засобів. Кредитні ресурси незначні та важко реалізовані при постійній інфляції, що посилюється. Тож малим підприємствам не слід розраховувати на істотне фінансування із зовні, тож необхідно навчитися використовувати наявні ресурси.

Наступна проблема — це та законодавча база, на яку сьогодні може спиратися мале підприємництво. Необхідні спеціальні законодавчі органи та заходи регулювання малого бізнесу, які при цьому не створювали би зайві бар'єри для підприємців. Немає системи проведення глибокого аналізу діяльності малих підприємств. Немає належного обліку результатів їхньої роботи, практично відсутня звітність за тими показниками, що надають право малим підприємствам скористатися пільгами щодо оподатковування.

Ще одна важлива проблема — кадри. Попре так званий «підприємницький хист» кадри повинні здобути значний обсяг знань в галузі підприємництва, торгівлі тощо.

Зараз найактуальнішими проблемами є розробка нових та вдосконалення діючих підходів до власності та форм її захисту; створення сприятливішого податкового, інвестиційного, інноваційного та цінового режимів для суб'єктів малого підприємництва; упорядкування механізму державного регулювання та контролю підприємницької діяльності.

Галузь малого бізнесу – система взаємодії суб'єктів малого підприємства та розвинутої інфраструктури. Теорія та господарська практика виділяє в першу чергу виробничу інфраструктуру як комплекс галузей, що обслуговують малі підприємства та сприяють їх розвитку. А саме: транспортне господарство, лінії електропередач, матеріально-технічне постачання та збут, об'єкти забезпечення безперебійного газо- та нафтопостачання, раціональне використання природних ресурсів та охорона навколишнього середовища.

До соціальної інфраструктури входять галузі діяльності, що забезпечують відтворення робочої сили та нормальну життєдіяльність, а саме: житло та комунальне господарство, охорону здоров'я, освіту, готельне господарство, громадське харчування тощо.

Як видно, малий бізнес має суттєві проблеми та потребує багато ресурсів. На даному етапі якісні зміні в галузі малого підприємництва можуть бути забезпечені завдяки впровадженню та розвитку маркетингу.

Маркетинг в галузі малого бізнесу – комплексна система управлінської, регулюючої та дослідницької діяльності, що враховує галузеві відмінності та направлена на вдоволення потреб суспільства з врахуванням матеріальних та духовних запитів населення. Основні напрями маркетингової діяльності є ключовими складовими усіх стадій виробничого процесу – від виробництва матеріальних благ, їх розподілу до стадії кінцевого споживання [4].

Маркетинг як концепція керівництва підприємством в умовах конкуренції став відомим завдяки його ефективному використанню в комерційній галузі. Сучасна концепція маркетингу – це соціально-етичний маркетинг, або СЕМ. Для нього характерні наступні риси:

- створення гармонії між виробничими можливостями та адекватними вимогами суспільства;
- кожна компанія, яка належить до малого, середнього та великого бізнесу, повинна мати чіткі стандарті якості та обслуговування, дотримуватися екологічних норм та керуватись ними в процесі виробничої та маркетингової діяльності;
- підприємства повинні використовувати сучасні природоохоронні технології, що сприяють виконанню головної місії: забезпечення клієнтів безпечними товарами та послугами.

Маркетинг спрямований на досягнення узгодженості внутрішніх реальних можливостей із зовнішнім середовищем. У зв'язку з тим, що кожне підприємство діє в специфічних умовах та вирішує свої конкретні задачі, система маркетингу зазнає змін в залежності від того, де вона використовується. Саме тому маркетологи повинні враховувати галузеві відмінності маркетингового середовища.

Маркетингове середовище – узгодженість сил та факторові, що впливають на результати корпоративної діяльності фірми [1].

Ретельний аналіз та врахування усіх факторів ринкового середовища, що впливають на підприємство – запорука комерційного успіху для будь-якої компаній малого бізнесу.

Будь-яка мала організація здійснює свою маркетингову діяльність під впливом комплексу сил та факторів оточуючого її ринкового середовища. Сили та фактори, що впливають на результати маркетингової діяльності, можна розділити на дві групи. До першої групи належать фактори, створені

самою компанією та підконтрольні їй. Друга група факторів навпаки, не залежить від дій компанії, проте завдяки грамотним керівницькім рішенням вплив цих факторів може бути контрольованим та іноді мінімізованим.

Внутрішнє середовище компанії повністю залежить від обраної моделі менеджменту, інструментів маркетингу, наявності грошей, елементів ринкової інфраструктури та організаційної структури, що прийнята на підприємстві. Сюди входять сили та фактори, що безпосередньо впливають на діяльність компанії: постачальники, посередники, фінанси підприємства, кадрова політика, цінова політика та ін. Внутрішнє середовище підприємства малого бізнесу є відображенням його матеріального та інтелектуального потенціалу.

Зовнішнє середовище – це ринкові умови, що формують споживчий попит.

Сукупність внутрішніх та зовнішніх факторів частково або повністю підконтрольні підприємству, що впливають та забезпечують сплановані результати маркетингової діяльності формують мікросередовище маркетингу.

Макросередовище – сукупність глобальних непідконтрольних факторів, що діють в масштабах всього ринкового механізму та не залежать від корпоративних маркетингових дій.

Інструменти маркетингу націлені на успішну реалізацію місії фірми в результаті створення маркетингових програм та гнучкого використання товарної, цінової, розподільчої та комунікаційної політики.

До факторів внутрішнього середовища належать наступні явища:

- система культури організації, тобто єдиний комплекс духовних цінностей в трудовому колективі, використання соціально-правового захисту, стимулювання праці та профілактика здоров'я;
- інфраструктура організації малого бізнесу спонукає до ефективного використання маркетингу за рахунок злагодженої комунікаційної системи в організації;
- кадри, їх професійна підготовка, підвищення кваліфікації протягом професійної діяльності;
- дистрибутивна система, тобто поставники, посередники, що є незалежними юридичними або фізичними особами, відносини з якими регулюються умовами контракту;
- клієнти організації галузі малого підприємства, що здебільшого поводять себе незалежно, проте завдяки маркетинговим дослідженням фірми мають змогу підлаштовуватися до їх потреб та побажань;
- основні конкуренти, відношення з якими регулюються засобами вивчення їх основних переваг, впровадженням їх позитивного досвіду в свою практику організації маркетингової діяльності.

На відміну від мікросередовища фактори макросередовища маркетингу знаходяться в відсутній залежності від дій компанії. Вивчення впливу цих факторів потребує ретельного розгляду.

До факторів макросередовища належать наступні:

- соціально-демографічні фактори: чисельність населення, стать, вік, життєвий цикл сім'ї, міграційні процесі, рівень урбанізації, забезпеченість житлом, територіальне розподілення;
- економіко-правові фактори: ціни, грошовий дохід, попит та пропозиція, зайнятість населення, фінансова стабільність економіки, інфляція;
- природно-географічні фактори: рівень ресурсного забезпечення, вплив результатів виробничої діяльності на умови життя людей, наявність енергетичних ресурсів, використання новітніх технологій з охорони навколишнього середовища, кліматичні умови, територіальна віддаленість від джерел сировини, розміщення транспортних магістралей;
- науково-технічні фактори: рівень виробництва, науковий потенціал, що суттєво впливає на галузь малого бізнесу та формує рівень потреб, використання нових моделей програмування, статистики, економіко-математичних методів на всіх етапах маркетингової діяльності;

Реалізація суті маркетингу на підприємстві здійснюється через керівництво, що встановлює місію фірми, її цілі, планування, організацію, мотивацію, облік та контроль. Концепція керівництва маркетингом в галузі малого підприємництва повинна бути заснована на соціальній значущості та інноваційній природі підприємництва. В нинішніх умовах проблеми розвитку підприємств малого бізнесу можна вирішити тільки зусиллями підприємців із узгодженням цілей, принципів, функцій, дій в галузи маркетингу.

Одна з найголовніших умов успішного розвитку підприємств малого бізнесу – це наявність розвинутих елементів інфраструктури. Це сукупність державних та недержавних, суспільних, освітніх, комерційних організацій, метою яких є створення сприятливих умов для розвитку підприємства [4].

Саме інфраструктурне забезпечення дозволяє малим підприємствам отримати доступ до факторів виробництва, що необхідні для рішення основних завдань будь-якого виробничого процесу. Концепція маркетингових комунікацій пронизує усі етапи ринкового виробництва. Своєчасне використання яких впливає на результати комерційної діяльності та ефективність маркетингу як системи. Важливість використання маркетингових комунікацій підтверджується тим, що саме комунікації є результативним механізмом подолання проблем.

Маркетинг як наука про управління товарно-грошовими відносинами в суспільстві об'єднує важливі категорії, а саме: якість життя, безпеку виробництва та споживання, людські цінності, екологію навколишнього середовища, соціальну відповідальність. Основою результативності маркетингу для підприємств малого бізнесу є координація керівницьких рішень в галузі створення ринкового попиту, формування цінової, товарної, комунікаційної та сервісної політики для досягнення місії та успіху.

**Висновки.** Сьогодні малі підприємства - це важливий елемент ринкової економіки, без якого держава не може гармонійно розвиватися. Малий бізнес багато в чому визначає темпи економічного зростання, якість і структуру ВВП, оскільки становить значну його частину. Малий бізнес відіграє важливу роль в формуванні інфраструктури ринку. Він дозволяє гнучко заповнювати ніші в ринковому просторі. Високий рівень конкуренції серед малих підприємств дозволяє їм неухильно підвищувати якість своєї продукції та послуг. Діяльність підприємства на 80% залежить від маркетингу. Маркетинг орієнтує виробників на оперативне реагування на вимоги споживачів для того, щоб перетворити їх на своїх покупців і таким чином забезпечити своїй фірмі довгострокове процвітання.

**Список літератури.**


1. *Сіняєва І.М, Земляк С.В., Сіняєв В.В.* – Маркетинг в малому бізнесі: учбовий посібник для студентів вузів по спеціальності «Маркетинг» – М.: ЮНИТИ, 2006 – 287 с.
2. *Іванілов О. С.* – Економіка підприємства. Підручник – К. : Центр учбової літератури, 2009 - 728 с.
3. *Господарський кодекс України. Стаття 55.*
4. *Земляк С.В.* – Маркетинг в галузях сфери малого бізнесу – М.: КОРП; ИВЦ ВЗФЭИ, 2005 – 287 с.


**References (transliterated):**


1. Sinyayeva I.M, Zemlyak S.V., Sinyayev V.V. – *Marketynh v malomu biznesi: uchbovyy posibnyk dlya studentiv vuziv po spetsial'nosti «Marketynh»* – Moskow.: YuNYTY, 2006 – 287 p.
2. Ivanilov O. S. – *Ekonomika pidpryyemstva. Pidruchnyk* – Kyiv. : Tsentr uchbovoyi literatury, 2009. - 728 p.
3. Hospodars'kyy kodeks Ukrayiny. Stattya 55.
4. Zemlyak S.V. – *Marketynh v haluzyakh sfery maloho biznesu* – M.: KORP; YVTs VZFЭY, 2005 – 287 p.


*Надійшла (received) 21.09.2017*

*Бібліографічні описи / Библиографические описания / Bibliographic descriptions*


**Маркетинг в малому бізнесі / І. О. Корнєєва, О. М. Кітченко** // Вісник НТУ “Харківський політехнічний інститут” (економічні науки). – Х.: НТУ „ХПІ”. - 2017. - № 45(1266).- С. 22 -25 . Бібліогр. 4 назв. – ISSN 2519-4461.

**Маркетинг в малом бизнесе / И. А. Корнеева, Е. Н. Китченко** // Вестник НТУ “Харьковский политехнический институт” (экономические науки). – Х.: НТУ „ХПИ”. - 2017. - № 45(1266).- С. 22-25 . Библиогр.: 4 названий. – ISSN 2519-4461.

**Marketing in small business / I. O. Kornieieva, O. N. Kitchenko** // Bulletin of NTU "Kharkiv Polytechnic Institute" (economic sciences). – Kharkiv.: NTU "KhPI". - 2017. - № 45(1266).- P. 22-25 . Bibliogr.: 4 names. – ISSN 2519-4461.


*Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors*


***Корнєєва Ірина Олексіївна*** – студентка економічного факультету, спеціальність маркетинг, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»; тел.: (068) 465-35-39, e-mail eereena.korn@gmail.com.

***Корнеева Ирина Алексеевна*** – студентка экономического факультета, специальность маркетинг, Национальный технический университет «Харьковский политехнический институт»; тел.: (068) 465-35-39, e-mail eereena.korn@gmail.com

***Kornieieva Irina Oleksiivna*** – student of economic faculty, specialty marketing, National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute", tel.: (068) 465-35-39, e-mail eereena.korn@gmail.com.

***Кітченко Олена Миколаївна*** - кандидат економічних наук, доцент, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», доцент кафедри економіки і маркетингу; тел.: (050) 595-95-25; e-mail: lenakitchenko@gmail.com.

***Китченко Елена Николаевна*** - кандидат экономических наук, доцент, Национальный технический университет «Харьковский политехнический институт», доцент кафедри экономики и маркетинга; тел.: (050) 595-95-25; e-mail: lenakitchenko@gmail.com.

***Kitchenko Olena Mukolaivna*** - Ph. D., Docent, National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute", Associate Professor at the Department of Economics and Marketing, tel.: (050) 595-95-25; e-mail: lenakitchenko@gmail.com.

УДК 339.163.2

***Т. В. РОМАНЧИК***

# ПРОСУВАННЯ В СИСТЕМІ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ: МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ

Проведено теоретичний аналіз сутності просування як складової системи маркетингових комунікацій. Розглянуто підходи різних авторів до визначення поняття «просування». Проведено аналіз спільних та відмінних рис між просуванням та маркетинговими комунікаціями. Відмічено, що на теперішній час немає чіткого розмежування визначень «просування» та «маркетингові комунікації». Визначено місце та роль просування у системі маркетингових комунікацій.

**Ключові слова:** просування, маркетингові комунікації, ринок, продукт, покупець, стимулювання збуту, елементи комплексу маркетингу.

Проведен теоретический анализ сущности продвижения как составляющей системы маркетинговых коммуникаций. Рассмотрены подходы различных авторов к определению понятия «продвижение». Проведен анализ общих и отличительных черт между продвижением и маркетинговыми коммуникациями. Отмечено, что в настоящее время нет четкого разграничения определений «продвижение» и «маркетинговые коммуникации». Определены место и роль продвижения в системе маркетинговых коммуникаций.

**Ключевые слова:** продвижение, маркетинговые коммуникации, рынок, продукт, покупатель, стимулирование сбыта, элементы комплекса маркетинга.

Nowadays the confusion in the application of the terminology of the promotion system and the theory of marketing communications is increasingly observed. It can be explained by the similarity of instruments of influence on the customer and discrepancy in the understanding of borrowed terminology. In the article the essence of promotion was analyzed as a component of the marketing communications system. Approaches of different authors about the definition of the concept of "promotion" were considered also. Common and distinctive features of the promotion and marketing communications were analyzed. Groups of methods that relate to promotion and marketing communications were considered. It was noted, that marketing communications is a broader concept because of a wider range of functions. Also, nowadays there is no clear division of concepts «promotion» and «marketing communications». Was defined the place and the role of promotion in the system of marketing communications.

**Keywords:** promotion, marketing communications, market, product, customer, sales promotion, elements of the marketing mix.

**Вступ.** У сучасних умовах господарювання успіх підприємства не може бути забезпечений тільки якісними та сервісними характеристиками товару та умовами його реалізації. Просування товару починається значно раніше його виходу на ринок, з початком його розробки. Воно передбачає попередню підготовку споживачів до сприйняття продукту, створення можливостей для реалізації, які визначаються обізнаністю потенційних споживачів, їх готовністю до придбання продукції, кон'юнктурою ринку. Розвиток ринкових відносин потребує генерування зусиль суб’єктів економіки на етапі просування товару від виробника до споживача, узагальнюючи різнопланові досягнення економічної науки. Наразі комплекс просування товару є суттєвою складовою сучасної стратегії фірми та її маркетингу.

Проблеми маркетингової політики просування тривалий час цікавлять вітчизняних та закордонних вчених-економістів, як один з найважливіших важелів керування попитом. Поняття просування введено в практику маркетингу у 1953 році президентом Американської асоціації маркетингу професором Нейлом Борденом в якості одного з елементів «маркетинг-міксу». У 1960 р. відомий маркетолог Джером МакКарті запропонував класичне визначення маркетинг-міксу, яке стало відомою моделлю «4р»: товар, ціна, розподіл, просування (product, price, place, promotion). У вітчизняній практиці розуміння того, що збут не є домінуючим у процесі зміни форм власності на товар прийшло у 1970 році, коли прийшло розуміння, що маркетинг – не є «мистецтво збути кригу ескімосу», що маркетинг існує для того, щоб позбавити підприємство традиційних проблем збуту. У цей період маркетинг починають розуміти як комплекс інструментів товарної і цінової політики, політики просування і продажу [1, с.18]. У 1989 році значенню заходів з формування попиту та стимулювання збуту було приділено увагу В.Е. Демидовим, коли вперше була запропонована абревіатура ФОССТИС [2].

**Аналіз останніх досліджень та літератури.**

З розвитком маркетингових комунікацій вчені, оприлюднюючи своє бачення теорії просування, змінювали загальні підходи до неї. Теорія просування і наразі привертає до себе увагу багатьох фахівців з маркетингу, висвітлюючи найсуттєвіші чинники, які здатні вплинути на загальні результати економічної діяльності суб’єктів економіки. Значний науковий внесок у розвиток теорії просування належить такими науковцям як Амблер Т.[3], Армстронг Г., Котлер Ф. [4],Ассэль.Г. [5],Войчак А. [6], Дихтль Е., ХершгенХ. [7], Дойль П. [8], Сондерс Д., Вонг В. [9], Ламберн Ж., Чумпитас Р., Шулинг И. [10] та іншим.

**Постановка проблеми.**

Аналіз літературних джерел доводить, що в останній час все частіше спостерігається плутанина у застосуванні термінологічного апарату системи просування та теорії маркетингових комунікацій. Все частіше можна зустріти перехресне застосування категорій «просування» у системі маркетингових комунікацій та «комунікації» в маркетинговій політиці просування. Багато в чому це пояснюється схожістю інструментів впливу на споживача, а також розбіжностями у розумінні запозиченої термінології.

© Т.В.Романчик, 2017

**Метою статті є** аналіз підходів різних авторів до трактування сутності просування, розмежування категорій «просування» та «маркетингові комунікації» та визначення місця просування у системі маркетингових комунікацій.

**Основні результати дослідження.**

Наразі існують різні підходи до визначення поняття просування. Найрозповсюдженішим визначенням, що зустрічається у більшості навчальних та наукових джерел, є наступне: просування (promotion) - це будь-яка форма повідомлень, використовуваних підприємством для інформування, переконання або нагадування людям про свої товари, послуги, образи, ідеї, суспільну діяльність або вплив на суспільство [11, с.177]. Згадана дефініція формує загальне бачення щодо просування як до компонента системи активізації збутової діяльності компаній. Однак, це не єдине у своєму роді визначення просування. Крім того воно не є досконалим, з того що пропонує розглядати процес просування без врахування механізмів активізації споживачів до дії. Зараз мають розповсюдження різні точки зору на зміст просування.

Наприклад, Стадченко Л.М. всі підходи до трактування дефініції «просування» [12] поділяє на:

1) просування товарів до покупців;

2) «просування покупця» до дії.

Ці два підходи випливають з загального розуміння просування товару, що включає сукупність різних видів діяльності по доведенню інформації про переваги товару до потенційних споживачів та стимулюванню виникнення в них бажання його придбати.

Стадченко Л.М. вважає, що просування товарів до покупців - це підхід, заснований на обміні маркетинговою інформацією між виробником та споживачем. На його міркування, до групи науковців, що підтримують таку думку, відносяться Дж.Р.Еванс, Б. Берман, Діксон Пітер, В.М. Власова, С.Е. Емінова, Г.Я. Гольдштейн, О.В. Катаєв, Т.Г. Діброва.

До прихильників другої групи він відносить Є.В. Ромата, І.В. Іванова. За їх поглядом дефініція «просування товарів» певним чином пов’язана з їх розповсюдженням. «Просування покупця» до дії вони розглядають, як процес переміщення товару від виробника до кінцевого споживача [12].

У економічній літературі можна зустріти і декілька інше формулювання цих базових понять:

- просування товарів на ринок;
- розповсюдження товарів на ринку.

На перший погляд здається, що ці поняття тотожні. Однак між ними існує низка принципових відмін:

- просування товару починається значно раніше його розповсюдження. Воно передбачає початок рекламної діяльності до виходу товару на ринок, фактично з початком його створення. Воно включає створення первісної обізнаності потенційного споживача з товаром, формування позитивного відношення до товару та створення у споживача бажання придбати товар;
- розповсюдження товарів є наступним етапом. Воно здійснюється у період ринкового існування товару, коли він добре відомий потенційному споживачеві. Розповсюдження товарів є метою і наслідком активізації споживчого попиту. Воно є наслідком стимулювання збуту, яке розглядається Стадченком Л.М. як другий сенс просування - «просування покупця» до дії.

За визначенням Американської маркетингової асоціації, «просування товарів - це маркетинговий тиск, що застосовується в певний обмежений період часу для стимулювання пробних покупок, підвищення попиту з боку споживачів або поліпшення якості товару» [13].

В роботі [13] запропонована думка, що «просування продажів» - це один з варіантів перекладу з англійської «sales promotion», яке також може буте перекладено як «стимулювання збуту». Отже, під просуванням розуміють діяльність підприємства, спрямовану на стимулювання попиту на вироблену продукцію, а також на формування позитивного іміджу підприємства.

Для подальшого обґрунтування згаданої дефініції слід звернутися до основних функцій просування. До них відносять [14, с. 315]:

- створення позитивного образу продукції й формування інтересу до неї;
- інформування про параметри товарів, ціну, інноваційність, місця їхнього придбання та розпродажу;
- допомога в знайомстві з новим продуктом, підтримка популярності тих, що вже існують;
- забезпечення зацікавленості учасників каналу руху товару;
- обґрунтування ціни;
- створення образу фірми.

Отже, перелік функцій, покладених на просування, містить не тільки інформування, але й інші дії, здатні привернути увагу споживача до товару та стимулювати його до купівлі.

М.Л. Калужський вважає, що просування - це заходи, спрямовані на підвищення ефективності продажів через комунікативний вплив на персонал, партнерів та споживачів. За його підходом, просування має двояку мету: активацію споживчого попиту та підтримання сприятливого відношення до компанії [15].

Найбільш узагальнене визначення пропонує професор Голубков Є.П. Він вважає, що під просуванням продукту мається на увазі сукупність різних видів діяльності з метою доведення інформації про переваги продукту до потенційних споживачів та стимулювання в них бажання його придбати. Роль просування міститься у налагодженні комунікацій з окремими особами, групами людей та організаціями за допомогою прямих та непрямих засобів з метою забезпечення продажу продуктів організації [16].

Наразі, з розвитком теорії маркетингу, все частіше термін «просування продукції» замінюється дефініцією «маркетингові комунікації». В економічних публікаціях можна зустріти твердження, що поняття «маркетингові комунікації» й «просування товару» в певній мірі є ідентичними.

Ян В.В. [17] під просуванням розуміє процес, пов'язаний з реалізацією певних ринкових цілей фірми, який використовує певний набір інструментів маркетингових комунікацій, що безпосередньо впливають на активізацію продажу. Він розглядає просування товарів у вузькому та широкому значенні. Просування у вузькому значенні слова, на його думку – це комплекс дій і засобів, за допомогою яких організація передає на ринок інформацію про продукт або послугу, формує потреби покупців, викликає й регулює попит, а також знижує його

цінову гнучкість. У широкому сенсі поняття «просування» трактується ним синонімічно терміну «маркетингова комунікація» або «політика комунікації підприємства з ринком». Таким чином, «просування» розглядається ним як елемент поняття «маркетингова комунікація», тобто міститься в ньому.

Карпіщенко М.Ю. [18] в своєму дослідженні пояснює факт трансформації дефініцій тим, що на сучасному етапі розвитку вітчизняної ринкової економіки організація без комунікації з ринком не може просувати свою продукцію. Г.Мефферт [17] підкреслює, що кожна угода ринкового обміну нероздільно пов'язана з багатьма актами маркетингової комунікації. Організація реалізує свої дії через комунікацію, спрямовану на стимулювання задуманих дій і реакцій з боку покупців.

Не зважаючи на існуючі думки стосовно близькості понять «просування» та «маркетингові комунікації», фахівці відносять до них різні групи методів. При цьому слід підкреслити, що класифікація методів просування має відносний характер.

Традиційно до складу комплексу маркетингових комунікацій входять: реклама; стимулювання збуту; пропаганда, під якою найчастіше розуміють зв'язки з громадськістю (public relations); особистий продаж. Окрему позицію займає прямий маркетинг. За підходами різних фахівців, а також в залежності від стану розвитку ринку його відносять або до комплексу маркетингових комунікацій, або до комплексу просування. Зокрема, на ринках розвинених країн прямий маркетинг, у силу його зростаючої значимості, виділяють як окремий елемент комплексу просування товару.

Комплекс просування з метою досягнення рекламних і маркетингових цілей включає в себе поєднання основних елементів комплексу маркетингових комунікацій і синтетичних засобів маркетингових комунікацій: виставки, спонсорство, брендинг та інтегровані маркетингові комунікації на місці продажу.

Однак, слід мати на увазі, що комунікаційну функцію можуть виконувати також інші елементи комплексу маркетингу. Наприклад, дизайн впакування, характеристики товару та його ціна іноді грають значно більшу інформаційну та стимулюючу роль для споживача, ніж реклама. Крім того, типові форми просування товару можуть змінюватися залежно від рівня ринкового розвитку й особливостей типу ринку. Так, традиційний склад комплексу просування має найбільшу практичну значимість для українських підприємств, що діють на споживчому ринку. На ринках розвинених країн в сфері роздрібної торгівлі зростає роль таких елементів просування, як мерчандайзинг («атмосфера» магазину), інформація в торговельних точках і на упаковці, реклама в місцях продажу й схвальні відзиви вдоволених товаром покупців, виставки, демонстрації, вручення сувенірів, сервісна політика, розробка товарних знаків, створення фірмового стилю й упаковки [19].

Примак Т.О. в своєму дослідженні відмічає, що маркетингові комунікації є ширшим поняттям від просування продукції завдяки наявності багатосторонніх комунікативних зв'язків між ринковими суб'єктами не тільки під час надходження товару від виробника до споживача, а й під час дослідження ринку, розроблення нового товару, налагодження поставок сировини та матеріалів, виконання фінансово-розрахункових операцій, створення позитивного іміджу підприємства, формування відносин з громадськістю [20, с.8.]. Під маркетинговими комунікаціями розуміються інформаційно-психологічні зв'язки між ринковими суб'єктами, які встановлюються для забезпечення їх господарської діяльності з метою підтримання довготривалих взаємовигідних стосунків між ними в процесі створення певних цінностей [20, с.9].

Система маркетингових комунікацій фірми спрямована на інформування, переконання, нагадування споживачам про її товар, підтримку його збуту, а також створення позитивного іміджу фірми. Вважається, що комунікації використовуються для того, щоб подолати брак поінформованості (інформаційні бар'єри), заниженої оцінки (бар'єри довіри), тоді як просування пов'язано з діями споживача, покликаними подолати фізичні і фізіологічні бар'єри інертності, бар'єри ризику, бар'єри з боку товарів-субститутів [13].

**Висновки.** Таким чином, розгляд трактувань дефініцій з літературних джерел доводить, що на теперішній час немає чіткого розділення між визначеннями «просування» та «маркетингові комунікації». Проведений аналіз свідчить, що просування товару є невід'ємною частиною маркетингових комунікацій, є їх складовим елементом. Просування мусить активізувати споживача, підштовхнути його до прийняття рішення про покупку. Маркетингові комунікації покликані створити обізнаність споживача, забезпечити знання та мотивувати його до придбання товару. Маркетингові комунікації варто розглядати як управління процесом просування товару на всіх етапах – перед продажом, у момент продажу, під час споживання, після споживання.

**Список літератури**


1. *Панкрухин А.П.* Маркетинг / А.П. Панкрухин. - Гильдия маркетологов. – 4.е изд., стер. – М.: Омега.Л, 2006. – 656 с.
2. *Дубов Е.В.* Формирование системы продвижения товаров на рынок : Дис. … канд. экон. наук : 08.00.05 / *Е.В. Дубов* - СПб., 2006. - 145 с
3. *Амблер Т.* Практический маркетинг / *Т. Амблер*; [пер. с англ. подобщ. ред. Ю.Н. Каптуровського]. – СПб. : Питер, 1999. – 400 с.
4. *Армстронг Г.* Маркетинг /*Армстронг Г., Котлер Ф.*; заг. курс. . – [5-е вид.]. – М.: Вільямс, 2001. – 712 с.
5. *Ассель Г.* Маркетинг : принципы и стратегия : [учеб.для вузов] / *Г. Ассель.* – М. : ИНФРА, 1999. – 804 с.
6. *Войчак А.В.* Маркетинговий менеджмент: Підручник. – К.: КНЕУ, 2007. – 268с.
7. *Дихтль Е.* Практический маркетинг / *Е. Дихтль., Х. Хершген.* [пер. с нем. / под ред. И.С. Минко]. – М.: Высш. шк., ИНФРА-М, 1995.– 255 с.
8. *Дойль П.* Маркетинговое управление и стратегии / П. Дойль[пер. с англ.]. – СПб.: Питер, 1998.– 672с.
9. Маркетинг менеджмент/ [ *Котлер Ф., Армстронг Г., Сондерс Д.* та ін.]. – СПб: Питер Ком, 1998. – 896 с.
10. *Ламберн Ж.* Менеджмент, ориентированный на рынок/ *Ламберн Ж., Чумпитас Р., Шулинг* И. – [2-е изд.]. – СПб.: Питер Ком, 2008. – 720 с.
11. *Эванс Дж. Р.* Маркетинг / *Дж. Р. Эванс, Б. Берман* ; пер. с англ. – М.: Сирин, 2002. – 308 с.
12. *Стадченко Л.М.* Методологічні підходи до визначення поняття просування [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=67640
13. Комплекс маркетинга [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://center-yf.ru/data/Marketologu/Kompleks-marketinga.php
14. *Гаркавенко С.С.* Маркетинг: Підручник. / *С.С. Гаркавенко* – К., 2002. – 712 с
15. *Калужский М.Л.* Четыре вида продвижения товара в маркетинге [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.elitarium.ru/prodazhi-prodvizhenie-tovar-marketing-reklama-sponsorstvo-torgovlja/
16. *Голубков Е.П.* Проектирование элементов комплекса маркетинга [Електронний ресурс] – Режим доступу:

http://www.mavriz.ru/articles/2002/2/325.html

17. *Ян В.В.* Продвижение. Система коммуникации между предпринимателями и рынком / Пер.с польского – Х.: изд-во Гуманитарный Центр, 2003. – 480 с.

18. *Карпіщенко, М.Ю.* Управління стратегіями просування інноваційної продукції (на прикладі хімічного виробництва) [Текст] : Автореферат... к. екон. наук спец.: 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (виробництво машин та устаткування; хімічне виробництво) / М.Ю. Карпіщенко. - Суми : Сумський державний університет, 2008. - 20 с.

19. *Тюха І.В.* Маркетингові комунікації та просування продукції вітчизняних хлібопекарських підприємств на зовнішні ринки [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1273.

20. *Примак Т.О.* Маркетингові комунікації в системі управління ринковою діяльністю підприємства : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра екон. наук : 08.06.01 Економіка, організація і управління підприємствами / *Т.О. Примак.* - Київ, 2004. -34 с.

21. *Пересадько Г.О.* Аналіз маркетингової політики просування та збуту продукції підприємства / *Г.О. Пересадько, О.В. Пересадько, О.В. Радченко* [та ін.] // Механізм регулювання економіки, 2010, № 3, Т. 2 - с. 72-81

**References (transliterated)**

1. Pankruhin A.P. Marketing / A.P. Pankruhin. - *Gil'dija marketologov*. – 4.e izd., ster. – Moscow.: Omega.L, 2006. – 656 p.

2. Dubov E.V. *Formirovanie sistemy prodvizhenija tovarov na rynok* : Dis. … kand. jekon. nauk : 08.00.05 / E.V. Dubov - Sankt Peterburh, 2006. - 145 p

3. Ambler T. *Prakticheskij marketing* / T. Ambler; [per. s angl. podobshh. red. Ju.N. Kapturovs'kogo]. – SPb. : Piter, 1999. – 400 p.

4. Armstrong G. *Marketing* /Armstrong G., Kotler F.; zag. kurs. . – [5-e vid.]. – Moscow: Vil'jams, 2001. – 712 p.

5. Assel' G. *Marketing : principy i strategija* : [ucheb.dlja vuzov] / G. Assel'. – Moscow. : INFRA, 1999. – 804 p.

6. Vojchak A.V. *Marketingovij menedzhment:* Pidruchnik. – Kiev: KNEU, 2007. – 268p.

7. Dihtl' E. *Prakticheskij marketing* / E. Dihtl'., X. Hershgen. [per. s nem. / pod red. I.S. Minko]. – Moscow: Vyssh. shk., INFRA-M, 1995.– 255 p.

8. Dojl' P. *Marketingovoe upravlenie i strategii* / P. Dojl'[per. s angl.]. – Sankt Peterburh: Piter, 1998.– 672p.

9. *Marketing menedzhment*/ [ Kotler F., Armstrong G., Sonders D. ta in.]. – SPb: Piter Kom, 1998. – 896 p.

10. Lambem Zh. *Menedzhment, orientirovannyj na rynok*/ Lambem Zh., Chumpitas R., Shuling I. – [2-e izd.]. – Sankt Peterburh: Piter Kom, 2008. – 720 p.

11. Jevans Dzh. R. *Marketing* / Dzh. R. Jevans, B. Berman ; per. s angl. – Moscow: Sirin, 2002. – 308 p.

12. Stadchenko L.M. Metodolohichni pidkhody do vyznachennya ponyattya prosuvannya [Elektronnyy resurs] – Rezhym dostupu: http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=67640

13. *Kompleks marketinga* [Elektronnij resurs] – Rezhim dostupu: http://center-yf.ru/data/Marketologu/Kompleks-marketinga.php

14. Garkavenko S.S. *Marketing:* Pidruchnik. / S.S. Garkavenko – Kiev, 2002. – 712 p

15. Kalyzhckij M.L. Chetyre vida prodvizhenija tovara v marketinge [Elektronnij resurs] – Rezhim dostupu: http://www.elitarium.ru/prodazhi-prodvizhenie-tovar-marketing-reklama-sponsorstvo-torgovlja/

16. Golubkov E.P. Proektirovanie jelementov kompleksa marketinga [Elektronnij resurs] – Rezhim dostupu: http://www.mavriz.ru/articles/2002/2/325.html

17. Jan V.V. *Prodvizhenie. Sistema kommunikacii mezhdu predprinimateljami i rynkom* / Per.s pol'skogo – Kharkov: izd-vo Gumanitarnyj Centr, 2003. – 480 p.

18. Karpishchenko, M.Yu. *Upravlinnya stratehiyamy prosuvannya innovatsiynoyi produktsiyi* (na prykladi khimichnoho vyrobnytstva) [Tekst] : Avtoreferat... k. ekon. nauk spets.: 08.00.04 – ekonomika ta upravlinnya pidpryyemstvamy (vyrobnytstvo mashyn ta ustatkuvannya; khimichne vyrobnytstvo) / M.Yu. Karpishchenko. - Sumy : Sums'kyy derzhavnyy universytet, 2008. - 20 p.

19. Tyukha I.V. *Marketynhovi komunikatsiyi ta prosuvannya produktsiyi vitchyznyanykh khlibopekars'kykh pidpryyemstv na zovnishni rynky* [Elektronnyy resurs] – Rezhym dostupu: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1273.

20. Prymak T.O. *Marketynhovi komunikatsiyi v systemi upravlinnya rynkovoyu diyal'nistyu pidpryyemstva : avtoref. dys. na zdobuttya nauk. stupenya d-ra ekon. nauk* : 08.06.01 Ekonomika, orhanizatsiya i upravlinnya pidpryyemstvamy / T.O. Prymak. - Kiev, 2004. -34 p.

21. Peresad'ko H.O. *Analiz marketynhovoyi polityky prosuvannya ta zbutu produktsiyi pidpryyemstva* / H.O. Peresad'ko, O.V. Peresad'ko, O.V. Radchenko [ta in.] // Mekhanizm rehulyuvannya ekonomiky, 2010, no 3, T. 2 - P. 72-81

*Надійшла 21.09.2017*

*Бібліографічні описи / Библиографические описания / Bibliographic descriptions*

**Просування в системі маркетингових комунікацій: методологічні підходи / Т.В. Романчик** // Вісник НТУ “Харківський політехнічний інститут” (економічні науки). – Х.: НТУ „ХПІ”. - 2017. - № 45(1266).- С. 26-29 . Бібліогр. 21 назв. – ISSN 2519-4461.

**Продвижение в системе маркетинговых коммуникаций: методологические подходы / Т. В. Романчик** // Вестник НТУ “Харьковский политехнический институт” (экономические науки). – Х.: НТУ „ХПИ”. - 2017. - № 45(1266).- С. 26-29 . Библиогр.: 21 названий. – ISSN 2519-4461.

**Promotion in the system of marketing communications: methodological approaches / TV Romanchyk //** Bulletin of NTU "Kharkiv Polytechnic Institute" (economic sciences). – Kharkiv.: NTU "KhPI". - 2017. - № 45(1266).- P. 26-29 . Bibliogr.: 21 names. – ISSN 2519-4461.

*Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors*

***Романчик Тетяна Володимирівна*** – кандидат економічних наук, доцент, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»; доцент кафедри Економіки та маркетингу, тел.: (097) 511-03-17; e-mail: tvromanchik@gmail.com.

***Романчик Татьяна Владимировна*** – кандидат экономических наук, доцент, Национальный технический университет «Харьковский политехнический институт», доцент кафедры Экономики и маркетинга, тел.: (097) 511-03-17; e-mail: tvromanchik@gmail.com.

***Romanchyk Tatiana Vladimirovna*** – candidate of economic sciences, associate professor of the department of Economics and Marketing, National Technical University «Kharkiv Polytechnic Institute»; tel.: (097) 511-03-17; e-mail: tvromanchik@gmail.com.

УДК 331.103’31(075)

***Н.И . ПОГОРЕЛОВ, С.Н. ПОГОРЕЛОВ***

# ПРОБЛЕМЫ ОРГАНИЗАЦИИ И НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ НОРМИРОВАНИЯ ТРУДА В УСЛОВИЯХ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ

Необхідність створення централізованих служб нормування сукупних витрат на підприємствах з включенням до складу груп нормування фахівців різного профілю: конструкторів, технологів, психологів, фізіологів, нормувальників фахівців з організації праці та управління, збуту продукції. Це створить можливість спільного проектування технології, організації і розробки норм, що містять витрати усіх видів ресурсів у виробництві експлуатації. Матеріали, викладені у статті, становлять частину загальної проблеми, над якою працюють автори.

**Ключові слова:** організація, норма, удосконалення, розробка, праця, продукція

Необходимость создания централизованных служб нормирования совокупных затрат на предприятиях с включением в состав групп нормирования специалистов различного профиля: конструкторов, технологов, психологов, физиологов, нормировщиков специалистов по организации труда и управлению, сбыту продукции. Это создаст возможность совместного проектирования технологии, организации и разработки норм, содержащих затраты всех видов ресурсов в производстве эксплуатации. Материалы, изложенные в статье, представляют часть общей проблемы, над которой работают авторы.

**Ключевые слова:** организация, норма, совершенствование, разработка, труд, продукция

Standards are an effective tool to strengthen labor and production discipline. Where they are quite tense, scientifically substantiated; create preconditions for reduction of lost work time and reduce violations of labor discipline. The need to create centralized services of the valuation of the total cost of the enterprises with the inclusion in the composition of the group of rationing of specialists in various fields: designers, engineers, psychologists, physiologists, setters specialists in work organization and management, marketing. This will create the possibility of joint design of technology, organization and development of norms including cost of all resources in the production operation. The materials contained in the article, are part of the overall problem on which the authors work.

**Keywords:** organisation, norm, development, improvement, labor, production

Важное место в процессе обновления нашего общества занимает как структурная, так и целевая перестройка хозяйственного механизма, предусматривающая повышение эффективности производства на основе не только НТП, но и взаимодействия различных форм собственности.

Ученые экономисты, специалисты различного уровня от работников исследовательских организаций до практиков в последние годы предложили массу проектов, моделей и форм совершенствования и интенсификации экономики.

Судя по материалам печати и выступлениям наших парламентариев, теперь уповают на «рынок», который все отрегулирует й расставит по своим местам, и никакие «устаревшие» механизмы ведения дел станут уже не нужны.

Особенно достается нормам труда. Нередки утверждения, что в связи с внедрением подряда, аренды, кооперативов необходимость в регламентировании приемов’ и методов труда, в установлении норм отпадает. Эти ошибочные представления основаны на том, что многие специалисты и руководители предприятий рассматривали нормы как средство регулирования заработной платы, забывая о функциях организации и планирования труда, об их участии в ценообразовании. Сыграла свою роль и нечеткость основных постулатов. Следует согласиться в какой-то мере с мнением ряда ученых, которые отмечают, что формула «каждому по труду» допускает двоякое толкование, т. к. можно понимать либо его результаты, либо затраты. Оценка результатов труда характерна для общества с эквивалентным обменом, создающим предпосылки для согласования интересов производителя и потребителя. Оценка затрат труда означает невозможность сбалансирования интересов личности и обществе. Реализация этой модели привела к созданию затратной экономики, которая, как показал опыт, по самому существу своему не может быть эффективной.

Построение рыночных механизмов вносит кардинальные изменения в систему организации, нормирования и оплаты труда. Восстанавливаются принципы оплаты труда по его результатам.

Вместе с тем в последнее время появилось ощущение, что кардинальные проблемы экономического развития в какой-то мере отодвинули на второй план вопросы нормирования труда. В отдельных публикациях появились высказывания специалистов о том, что трудоемкость разработки норм превышает эффективность их применения,

В нормах труда видятся причины производственных конфликтов, условия сохранения затратной экономики. Рост самостоятельности предприятий, переход их на различные формы приводят к резкому росту зарплатообразующих функций экономических нормативов предприятий. В итоге возникла иллюзия ненужности норм труда и служб нормирования труда для предприятий: ведь доход определяют экономические нормативы, а делить его можно и по трудодням. Но это только иллюзии, умозаключения, а не реальная практика. Потребность в нормах труда для любого производства объективна, об этом свидетельствует область применения норм труда: планирование, организация труда определение вклада в результаты труда коллектива.

© Н.И. Погорелов, С.Н. Погорелов, 2017

В этой связи нам представляется необходимым в данной работе попытаться ответить на несколько вопросов. Первый: нужно ли нормирование в условиях рынка, и второй: что считать объектом нормирования - результаты или затраты?

Вопросу о необходимости нормирования в условиях рынка в последние годы посвящено ряд исследований как ученых-теоретиков, так и практиков. В первую очередь это публикации и выступления профессоров Е. Г. Антосенкова, Д. Н. Карпухина, Ю. П. Кокина, П. Ф. Петроченко, Б. М. Генкина, М.Д. Ведерникова, А.М. Колота, Г.В. Назаровой, и других.

Этой же проблеме посвящено и ряд «круглых столов», конференций, публикаций в отечественных и зарубежных изданиях.

Определенный круг хозяйственных руководителей полагает, что при распределении дохода на предприятиях норма не нужна, так как платить станут за единицу продукции, а как без норм эту плату определить не говорят. Но не мало и тех, кто говорит, что распределение по труду предполагает определение его количества, соизмерение фактических затрат с действительно необходимыми. Они признают, что расстановку работающих, согласование их деятельности во времени (для бесперебойного функционирования производства) без норм осуществить нельзя. Установление цены на изделие, определение себестоимости его без учёта норм труда также осуществить нельзя.

На чем основываются оппоненты, отвергая нормы в условиях рыночных отношений. На наш взгляд, не исследуя глубоко область применения норм, они считают их только элементом организации оплаты труда.

Действительно, следует согласиться, что нормы затрат труда не являются основой правильной оплаты трудам. Да, действующие на большинстве предприятий, нормы труда не способствуют реализации возможностей работников. По отчетам, почти на всех операциях основного производства применяются технически обоснованные нормы труда. Уровень охвата ими приближается к 100%. Однако на деле это не так. Качество многих норм, относимых к технически обоснованным, в том числе отраслевых, остается низким.

Такие нормы не являются ни прогрессивными, ни напряженными и не стимулируют повышение трудовой активности, рост производительности труда. Эти отраслевые показатели ориентируют на фактически сложившиеся средние затраты труда с учетом всех организационных недостатков.

Однако, несмотря на отмеченные недостатки, нормы труда, в народном хозяйстве и на предприятиях выполняют (хотя и не полностью) целый ряд важных функций по организации и регулированию производства, без выполнения которых деятельность коллективов просто невозможна.

Так, с помощью норм труда на предприятиях:

- устанавливаются количественные пропорции между работниками разных профессий и специальностей, имеющими разный уровень квалификации, в целях более рационального использования трудового потенциала и обеспечения ритмичной высокопроизводительной работы бригад, участков, цехов, предприятий, арендных коллективов, кооперативов и других организаций;
- производится всестороннее изучение, обобщение, закрепление и распространение передового производственного опыта;
- оценивается экономическая эффективность внедрения новой техники, технологии, определяются наиболее целесообразные варианты решения отдельных производственных вопросов, планирования производства и труда;
- устанавливается наиболее рациональный регламент работы н физиологически обоснованные режимы труда и отдыха;
- соизмеряются результаты труда отдельных работников и низовых производственных коллективов, определяется доля их участия в общих- результатах труда, а также право на вознаграждено (оплату) в соответствии с величиной

Практика показывает, что введение рыночных отношений при отсутствии обоснованных технико-экономических и трудовых норм и нормативов дает не положительный, а отрицательный результат. Без них нельзя установить внутрипроизводственные цены и заинтересовать трудовые коллективы в повышении результативности труда.

Говоря о применении научно обоснованных норм труда в экономической работе производственных коллективов, необходимо подчеркнуть их роль, как основы планирования. На всяком предприятии, независимо от форм собственности, работа осуществляется на основе бизнес-плана который представляет собой обоснованный прогноз его производственной, технической и финансово-хозяйственной деятельности. В основе разработки его лежит целая система норм затрат рабочего времени, расхода основных и вспомогательных материалов, электроэнергии, топлива, пара, воды, норм амортизационных отчислений и т. д. Однако нормы затрат живого труда занимают особое место, так как они являются исходным материалом для расчета количества и загрузки оборудования, необходимого числа рабочих мест; определения производственной мощности участка, цеха, предприятия в целом. На их базе рассчитывается численность работающих; составляются плановые задания по отдельным рабочим местам, участкам, цехам, подрядным коллективам на смену, сутки, месяц, год; производится расчет цикла изготовления отдельных деталей и изделий.

Особенно широко и многообразно влияние нормирования на организацию труда. Связи между ними взаимообразны. Оптимальные нормы с одной стороны устанавливаются на основе выбора рациональной организации труда, эффективность которой оценивается с другой стороны по величине затрат рабочего времени,

В связи с тем, что с помощью норм определяется мера труда участников производственного процесса, важнейшим элементом нормирования является проектирование регламента производительной работы, рационального трудового процесса (применительно к которому устанавливается норма). Нормирование труда, как показано выше, не сводится к установлению норм, а включает в себя также большую аналитическую и исследовательскую работу по оценке множества вариантов организации труда с целью отбора наиболее эффективных. В результате затраты времени, рассчитанные применительно к рациональным формам организации труда, это не только расчетный материал для установления обоснованных норм, но и руководство при выборе тех или иных организационных форм, которые закрепляются в норме и делают их обязательными для всех занятых на данных процессах. С помощью норм, следовательно, оценивается рациональность организации того или иного трудового процесса и происходящих в ней изменений.

Тесная связь нормирования труда с его организацией особенно рельефно проявляется в совершенствовании разделения и кооперации труда. Для обособления трудовых функций, обеспечения наиболее эффективной расстановки и использования работников, надо располагать не только данными о содержании операций, но з нормативными материалами о необходимых затратах рабочего времени для их выполнения. С помощью нормируемых величин рабочего времени решается задача определения объема работ при совмещении профессий, производится выбор зон обслуживания для многостаночников, их рациональная расстановка, определение оптимального состава бригад, подрядных и арендных коллективов, распределение работ внутри них. Научно обоснованные нормы являются базой разработки годовых, квартальных, месячных производственных планов (заданий) производственных бригад и хозрасчетных коллективов. Каждой бригаде (коллективу) производственные планы устанавливаются исходя из обоснованных норм и производственных мощностей, с учетом запланированных мероприятий по росту производительности труда. Все это свидетельствует о широком использовании, нормирования для распространения тех форм организации труда, которые получают преимущественное развитие в условиях научно-технического прогресса и оказывают большое- влияние на эффективность общественного производства.'

Чрезвычайно важно и то, что нормы представляют собой действенный инструмент укрепления трудовой и производственной дисциплины. Там, где они достаточно напряжены, научно обоснованы; создаются предпосылки для сокращения потерь рабочего времени и уменьшения нарушений трудовой дисциплины.

Таким образом потребность в нормах труда для любого производства объективна, а отказ от них означает малоэффективную работу «на авось», разрушение самого производства, его организации, управления, планирования. Вывод здесь может быть только один: современным условиям производства должны соответствовать новые требования к нормам труда, нужна перестройка в организации, нормировании и оплате труда.

В связи с этим на первый план выступает ряд проблем.

Первая - что считать объектом нормирования: результаты или затраты. Постановка вопроса не случайна. Она обусловлена тем, что длительное время при разработке как норм, так и технико-экономических нормативов ориентировались в первую очередь на затраты; Такой механизм не только обеспечивал сохранение сложившейся: зарплаты, но и позволял закладывать в оптовую цену более - высокую трудоемкость и потери производства. Это было выгодным не только предприятию и работнику, но и руководителям министерств и ведомств. Отчетность по стоимостным показателям была радужной, а необходимость повышать количественные и качественные показатели можно было просто проигнорировать. Изготовив один промышленный кондиционер за 120 тыс. грн., можно было проигнорировать заказы на три кондиционера стоимостью набора по 40 тыс. каждый. Галопирование цен особенно усилилось с переходом предприятий и объединений на рыночные отношения. Никем и ничем не сдерживаемые, «полностью самостоятельные» предприятия и. организации устремились к так называемым договорным, а по-существу не обоснованным ценам. В результате изготовлением детского ассортимента, дешевой одежды для малообеспеченных, дешевых хозяйственных товаров повседневного спроса никто не хочет заниматься, так как в условиях монополии производителя не может быть превышения предложения над спросом.

Преодоление затратного характера хозяйствования представляет одну из сложных проблем. В принятых Верховной радой Украины в последнее время ряда Законов и постановлениях правительства отражена новая, противозатратная концепция развития, поставлена задача разработки мёр, устраняющих отчуждение работников от результатов труда, которые должны стать основным показателем оценки производственной деятельности.

Именно переориентация с промежуточных на конечные социально-значимые результаты, на на перевыполнение планов по объемам, а на повышение

полезности и удовлетворение общественных потребностей нацелит предприятия не качества продукции при тех же и даже сниженных затратах на изделие.

Важнейшим условием рынка является соизмерение затрат и результатов. Однако дефицит на многие виды продукции и монополия на её производство, отсутствие механизма объективной оценки результатов производственной деятельности не только не стимулирует снижение затрат, но и приводит к необоснованному повышению цен и доходов производителей, к получению незаработанных денег. Подобная практика препятствует улучшению нормирования, делает невыгодным определение общественно необходимых затрат, которые в условиях рыночных отношений определяются «за спиной товаропроизводителя». К этому нужно готовиться и помочь в этом, могут научно обоснованные нормы результатов и минимально необходимых затрат.

Прямая, заинтересованность в снижении совокупных затрат создается с развитием конкуренции и рыночных отношений, вынуждающих производителей снижать цены. В этих условиях эффективность хозяйствования в решающей степени будет зависеть от научно обоснованных нормативных материалов, которые, не будучи обязательными, позволят оценить конкурентоспособность продукции и окупаемость затрат. Таким образом, роль нормирования в новых условиях существенно возрастает, работа по его совершенствованию составляет неотъемлемый элемент перестройки управления экономикой.

Показатели результатов деятельности на уровнях общества в целом и самостоятельных субъектов хозяйствования рассматривались в работах Л.И. Абалкина, А.М. Колота, С.А. Меховича, А.И. Яковлева, В.М. Данюка, Г.В. Щекина, А.В. Колины, А.И. Барановского и других. В общем виде они считают, что общим показателем результатов деятельности на уровне общества может выступать степень удовлетворения данным продуктом. В качестве конкретных показателей для отдельных продуктов принимаются параметры потребительских свойств.

В работах упомянутых выше авторов отсутствует единство терминологии и комплексный подход к определению категории «результат труда», не раскрывается связь показателей оценки производственной деятельности на всех уровнях — от отдельного работника до предприятия и общества в целом.

Наиболее объективную оценку показателю результативности труда давал профессор Петроченко П.Ф., считая, что отчуждение отдельного работника от результатов труда; происходящее в коллективном процессе производства, неизбежно, оно объективно обусловлено развитием последнего. По его мнению, для того, чтобы в этих условиях хозяйство могло нормально функционировать, необходим механизм согласования интересов различных членов общества: участников производства, стремящихся завысить оценку труда и потребителей, заинтересованных в снижении цен. С этим трудно не согласиться н показатель результативности труда рассмотрим в единой взаимосвязи: проектирование— производство— потребление.

Проектировщики ориентированы на снижение затрат проектирования. Заказчик также заинтересован в дешевом проекте, дешевом строительстве. Оторванность интересов проектировщика от запросов потребителя приводит к тому, что нередко новые предприятия не отвечают современным требованиям по многим параметрам, в том числе по условиям труда и экологии.

За рубежом в основе проектирования лежат интересы производителя и потребителя, связанные с вопросами экономичности и экологической чистоты.

Производитель в условиях рыночной экономики стремится получить от проектировщика такой проект, который позволит ему -изготовить продукцию с более высокими потребительскими свойствами и с наименьшими затратами. Здесь учитывается технологичность конструкции, использование нормализованных и стандартизованных деталей и узлов, возможность применения гибких производственных систем и автоматизированных комплексов. Значит проект, не отвечающий этим требованиям, он не купит.

Потребитель рассуждает, что за данную продукцию можно заплатить, скажем 1000 грн., а можно и 1100 грн., если это приведет к снижению эксплуатационных расходов, продукт будет более долговечным, модным и т. п.

В условиях рыночных отношений стоит задача изготовить продукцию дешевле с лучшими потребительскими свойствами. Эта задача всех троих участников общественного производства. Согласование должно происходить на основе минимизации затрат на единицу полезных свойств продукта труда. Полученный за счет сокращения, эффект должен распределяться между проектировщиком, производителем и потребителем, тогда снижение затрат становится выгодным каждому из них. В условиях рынка и конкуренции интересующая предпринимателя прибыль оказывается зависящей от результатов работы предприятия, полезности продукта для потребителя.

Стало, быть достигнутый уровень развития производительных сил создает в производстве определенные предпосылки нормирования и оценки деятельности по результатам. Какие параметры потребительских свойств будет оценивать, потребитель. Это различные физические и эксплуатационные параметры: мощность, грузоподъемность, производительность, долговечность, точность, энерго и материалоемкость, ремонтопригодность, степень, безопасности в

эксплуатации и др. Для каждого вида продукции характерны свои показатели потребительских свойств, и они также могут различаться в зависимости от запросов конкретного потребителя. Уровень потребительских, свойств большинства продуктов труда невозможно охарактеризовать одним или каким-то набором параметров. Так для телевизора в качестве ведущих параметров можно выделить цветность, габаритность, эстетическое оформление, долговечность. Для грузового автомобиля помимо главного показателя — грузоподъемности, большое значение придается расходу горючего, удобству в обслуживании и др. В каждом конкретном случае потребитель будет оценивать определенный комплекс потребительских свойств товара, и исходя из этого судить об обоснованности продажной цены.

Из сущности понятия результата труда следует, что критерием, то есть количественным выражением результативности, выступают совокупные затраты на показатель потребительских свойств. На уровне экономически самостоятельного субъекта хозяйствования (государственного предприятия, кооператива, малого предприятия, отдельного товаропроизводителя), производящего предназначенный для продажи продукт, такой подход правомерен.

В условиях, когда стоимость товара определяется на рынке, т. е. цена устанавливается за спиной производителя, ему, чтобы. удержаться, необходимо ориентироваться на затраты, определяемые не индивидуально, а рынком, и здесь товаропроизводителю не обойтись без норм результатов труда. И чем большие будут показатели производителя по сравнению с нормативными, тем больше он выиграет. Ведь цена на рынке ориентируется, в основном, на средние затраты и в выигрыше будет, тот производитель, у которого затраты на единицу потребительских свойств будут меньшими, а товар будет реализован быстрее.

В качестве показателя результативности, на уровне хозрасчетных подразделений может определяться внутрипроизводственная цена за единицу потребительских свойств планово-учетного показателя (изделия, узла, комплекта), дополненная натуральными показателями расхода по видам ресурсов. Если в подразделении изготавливается изделие или его часть, которая может выступать на рынке в качестве самостоятельного продукта (например, кинескоп телевизора, кузов автомобиля, принтер компьютера и т. д.), его полезные свойства определяются также требованиями потребителя, реализованными через цены. Результативность Труда работников, выполняющих частичное изменение продукта труда должна оцениваться по вкладу в результат подразделения, определяемые на основе норм совокупных затрат.

Вторая проблема — считать ли правомерным установление нормы на среднестатического работника (шлифовщик 4-го разряда, токарь 5-го разряда, сверловщик 3-го разряда) или их нужно дифференцировать с учетом половозрастных особенностей и профессиональной пригодности. Чтобы активизировать человеческий фактор, надо выяснить, какой потенциал заключен В том или ином конкретном человеке, как он меняется с возрастом, как измерить его количественно и качественно (и возможно ли вообще такое измерение), какие требуются социально-экономические предпосылки. Вопрос о профессиональной пригодности должен решаться так: не человек подбирается под профессию, а человеку в зависимости от состояния его здоровья, способностей и склонностей рекомендуются наиболее целесообразные виды труда». Поскольку мы ранее показали, что общество интересуют не затраты труда, а конечные результаты, следует отметить, что именно в них (конечных результатах) проявляются способности, квалификация, творчество и т. п., т. е. трудовой потенциал, но не каждого отдельного человека, а определенных половозрастных групп работников.

Третья проблема — следует ли сохранять обособленность работников, устанавливающих нормы затрат живого труда, расхода материалов, инструмента, электроэнергии и т. д., или эти люди должны совместно разрабатывать показатели совокупных затрат—нормативную основу хозрасчета. Наши исследования показали, что это задача специальной службы. Важным является к то, какой характер по обязательности разработки и применения будут носить нормы в условиях хозрасчета и рыночных отношений; нужна ли централизованная система пересмотра и замены норм, или как указывает проф. Петроченко П.Ф. роль «экономического побудителя» будет играть оптовая цена и дело самого предприятия решать по каким норма ему работать.

Все это убедительно свидетельствует, что система нормирования труда не только не изжила себя, но и нуждается в научно обоснованном развитии и совершенствовании. Такого мнения придерживаются как ученные нашей страны, так и зарубежные исследователи.

В современных условиях альтернативе нормирования нет. Другое дело новый подход к нормированию по результатам выдвигает иные требования к методологии нормирования. Эти требования отражены в подготовленных и изданных авторами ряда учебников и учебных пособий для студентов, обучающихся по специальности «Управление персоналом и экономика труда».

К числу основных из них можно отнести следующие:

- организация производства в условиях рынка требует жесткого нормирования;
- нормы должны быть равнонапряженные;
- норма должна отражать вклад работника в общие конечные результаты;
- норма должна выполнять все функции, объединяя стадии проектирование—производство—

потребление;

- нормирование не только живого, а и овеществленного труда, затрат производителя и потребителя, направленное на минимизацию совокупных затрат при получении определенного результата.

Мы всегда говорили, что задача нормирования состоит в сокращении живого труда. Но ведь конструктор, проектируя изделие и не учитывая эффективности его изготовления (технологичность, использование нормализованных деталей, жесткие допуски, излишний вес и т. д.) тем самым увеличивает технологическую трудоемкость, а, следовательно, и затраты труда. По-видимому, реально необходимо просчитать различные варианты. В одном случае могут снижаться овеществленные затраты, в другом затраты живого труда:

- нормы должны устанавливаться на основе учета организационных и технических взаимосвязей и согласованности элементов производства через результат. Так определение заданий работникам, исходя из результата бригады дает возможность выравнивать загрузку работников и соответственно гарантировать равную плату за- равный труд;

- нормирование не отдельных операций, а процесса труда;

- выделение групп затрат, снижение которых зависит от величины результата, для определения повышения результативности производства;

- нормирование механизированных и автоматизированных процессов, исходя из производительности машин с учетом ограничений для сохранения нормального состояния работников;

- норма должна устанавливаться с учетом влияния психологических и физиологических особенностей человеческого организма. При этом групповые особенности (пол, возраст) должны учитываться при установлении заданий, а возможные отклонения из-за индивидуальных различий и колебания темпа работы во времени—- используются для расчета допустимых отклонений фактических значений от нормативных;

- государственное нормирование предполагает разработку научно-обоснованных норм и нормативов. Однако их характер действия для предприятий— рекомендательный.

Норма — это инструмент, дающий возможность эффективно и разумно хозяйствовать. Но чтобы этот инструмент мог работать, выполнять в полную меру определенные функции, его должны разрабатывать не отдельные предприятия, а специалисты, имеющие глубокие знания и возможности. Речь не идет о том, чтобы готовить прежние инструктивные, материалы, связывающие и пеленающие работу по организации,' нормированию и оплате труда всяческими ограничениями, пределами, предписаниями. Речь идет о создании и доведении до работников предприятий научно обоснованных методов применения того или иного критерия оценки трудового вклада, на основе которых они эффективнее бы использовали предоставленные им права;

Необходимость создания централизованных служб нормирования совокупных затрат на предприятиях с включением в состав групп нормирования специалистов различного профиля: конструкторов, технологов, психологов, физиологов, нормировщиков специалистов по организации труда и управлению, сбыту продукции. Это создаст возможность совместного проектирования технологии, организации и разработки норм, содержащих затраты всех видов ресурсов в производстве эксплуатации.

Материалы, изложенные в статье, представляют часть общей проблемы, над которой работают авторы.

**Список літератури**


1. *Багрова І.В.* Нормування праці. [навч. посібник] / *Багрова І.В.* – К. : Центр навачльної літератури, 2003. – 212 с.
2. *Погорелов Н.И.* Нормирование труда в промышленности. – Харь-ков: Основа, 1991.
3. *Роффе А.И.* Экономика труда. // А.*И. Роффе*. – М.: КНОРУС, 2010 – 400с.
4. Трудовые ресурсы: проблемы сбалансированного распределения // Под ред. *В.В. Оникиенко*. – К.: Наук. думка, 1986.
5. *Щекин Г.В.* Управление человеческими ресурсами в Украине // Персонал. – 1994. – №3-4.
6. Экономика труда. // Уч. пособие под ред. *Погорелова Н.И.* – К.: ИСМО МО Украины, 1997.
7. Экономика и организация труда: Учебное пособие, проф. *Погорелова Н.*И. – Харьков: НТУ „ХПИ”, 2012
8. *Азаренкова Г.М.* Економіка праці та соціально-трудові відносини: посібник / *Г.М. Азаренкова*.-К.: «Ліра-К», 2010
9. *Веснин В.Р.* Практический менеджмент персонала: Пособие по кадровой работе. – М.: Юристъ, 1998.
10. *Грішнова О.А.* Економіка праці та соціально-трудові відносини: Підручник / *О.А. Грішнова*. – К.: «Знання», 209-390с.
11. *Гріньова В.М., Шульга Г.Ю.* Економіка праці та соціально-трудові відносини: Навч. посіб. / *В.М. Гріньова, Г.Ю. Шульга* – К.: «Знання», 210-310с.
12. *Довгань Л.Є.* Праця керівника, або практичний менеджмент. – Київ: „ЕксОб”, 2002.
13. Економіка праці та соціально-трудові відносини: Навч. посіб. / За ред. *Назарової*. – К., 2010-573с.
14. Економіка праці та соціально-трудові відносини: Навч. посіб. / За ред. *Акулов М.Г., Драбаніч А.В., Євась Т.В.* – К.: Алерта, 2010 – 734с.
15. Економіка праці та соціально-трудові відносини: Навч. посіб. / За ред. *Акіліна О.В., Ільїч Л.М.* – К.: Центр учбової літератури, 2012 – 328с.
16. Економіка і маркетинг виробничо-підприємницької діяльності // Уч. пос. за ред. *Перерви П.Г., Погорєлова М.І., Гаврись О.М.* – Хар-ків: НТУ „ХПІ”, 2004.
17. *Калинина А.В.* Организация и оплата труда в условиях рынка //Учеб. пособие. – К.: МАУП, 2001.
18. Квалификационный справочник служащих. – М.: НИИ труда, 1979.
19. *Колот А.М.* Мотивація персоналу. Підручник. – К.: КНЕУ, 2002.
20. *Колот А.М.* Економіка праці та соціально-трудові відносини. Під-ручник / [А.М. Колот, О.А. Грішнова, О.О. Герасименко та ін.]; за наук. ред. д-ра екон. наук, проф. А.М. Колот – К.: КНЕУ, 2009 – 711с.
21. Управління персоналом та економіка праці: Учбовий посібник / за ред. *М.І. Погорєлова, П.Г. Перерви, С.М. Погорєлова, О.П. Косенко* – Харків: НТУ „ХПІ”, 2015


**References (transliterated):**


1. Bagrova I.V. *Normuvannya pratsI*. [navch. posIbnik] / Bagrova I.V. –

K. : Tsentr navachlnoYi lIteraturi, 2003. – 212 s.
2. Pogorelov N.I. *Normirovanie truda v promyishlennosti.* – Har-kov: Osnova, 1991.
3. Roffe A.I. *Ekonomika truda. //* A.I. Roffe. – M.: KNORUS, 2010 – 400s.
4. *Trudovyie resursyi: problemyi sbalansirovannogo raspredeleniya* // Pod red. V.V. Onikienko. – K.: Nauk. dumka, 1986.
5. Schekin G.V. *Upravlenie chelovecheskimi resursami v Ukraine* // Personal. – 1994. – #3-4.
6. *Ekonomika truda.* // Uch. posobie pod red. Pogorelova N.I. – K.: ISMO MO Ukrainyi, 1997.
7. *Ekonomika i organizatsiya truda*: Uchebnoe posobie, prof. Pogorelova N.I. – Harkov: NTU „HPI", 2012
8. Azarenkova G.M. *EkonomIka pratsI ta sotsIalno-trudovI vIdnosini: posIbnik* / G.M. Azarenkova.-K.: «LIra-K», 2010
9. Vesnin V.R. *Prakticheskiy menedzhment personala: Posobie po kadrovoy rabote.* – M.: Yurist', 1998.
10. GrIshnova O.A. *EkonomIka pratsI ta sotsIalno-trudovI vIdnosini:* PIdruchnik / O.A. GrIshnova. – K.: «Znannya», 209-390s.
11. GrInova V.M., Shulga G.Yu. *EkonomIka pratsI ta sotsIalno-trudovI vIdnosini:* Navch. posIb. / V.M. GrInova, G.Yu. Shulga – K.: «Znannya», 210-310s.
12. Dovgan L.E. *Pratsya kerIvnika, abo praktichniy menedzhment.* – KiYiv: „EksOb", 2002.
13. *EkonomIka pratsI ta sotsIalno-trudovI vIdnosini*: Navch. posIb. / Za red. NazarovoYi. – K., 2010-573s.
14. *EkonomIka pratsI ta sotsIalno-trudovI vIdnosini:* Navch. posIb. / Za red. Akulov M.G., DrabanIch A.V., Evas T.V. – K.: Alerta, 2010 – 734s.
15. *EkonomIka pratsI ta sotsIalno-trudovI vIdnosini*: Navch. posIb. / Za red. AkIlIna O.V., IlYich L.M. – K.: Tsentr uchbovoYi lIteraturi, 2012 – 328s.
16. *EkonomIka I marketing virobnicho-pIdpriEmnitskoYi dIyalnostI* // Uch. pos. za red. Perervi P.G., PogorElova M.I., Gavris O.M. – Har-kIv: NTU „HPI", 2004.
17. Kalinina A.V. *Organizatsiya i oplata truda v usloviyah ryinka* //Ucheb. posobie. – K.: MAUP, 2001.
18. *Kvalifikatsionnyiy spravochnik sluzhaschih*. – M.: NII truda, 1979.
19. Kolot A.M. *MotivatsIya personalu*. PIdruchnik. – K.: KNEU, 2002.
20. Kolot A.M. *EkonomIka pratsI ta sotsIalno-trudovI vIdnosini*. PIdruchnik / [A.M. Kolot, O.A. GrIshnova, O.O. Gerasimenko ta In.]; za nauk. red. d-ra ekon. nauk, prof. A.M. Kolot – K.: KNEU, 2009 – 711s.
21. *UpravlInnya personalom ta ekonomIka pratsI*: Uchboviy posIbnik / za red. M.I. PogorElova, P.G. Perervi, S.M. PogorElova, O.P. Kosenko – HarkIv: NTU „HPI", 2015

*Бібліографічні описи / Библиографические описания / Bibliographic descriptions*

**Проблеми організації та напрями вдосконалення нормування праці в умовах ринкової економіки /М.І. Погорєлов, С.М. Погорєлов//** Вісник НТУ "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки). – Х.: НТУ „ХПІ". - 2017. - № 45(1266).- С. 30-36 . Бібліогр. 21 назв. – ISSN 2519-4461.

**Проблемы организации и направления совершенствования нормирования труда в условиях рыночной экономики /Н.И . Погорелов, С.Н. Погорелов//** Вестник НТУ "Харьковский политехнический институт" (экономические науки). – Х.: НТУ „ХПИ". - 2017. - № 45(1266).- С. 30-36 . Библиогр.: 21 названий. – ISSN 2519-4461.

**Problemy organizatsii i napravleniya sovershenstvovaniya normirovaniya truda v usloviyakh rynochnoy ekonomiki /N.I . Pogorelov, S.N. Pogorelov//** Bulletin of NTU "Kharkiv Polytechnic Institute" (economic sciences). – Kharkiv.: NTU "KhPI". - 2017. - № 45(1266).- P. 30-36 . Bibliogr.: 21 names. – ISSN 2519-4461.

*Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors*

***Погорєлов Микола Іванович*** – кандидат економічних наук, професор, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», професор кафедри організація виробництва і управління персоналом; тел.: (057) 707-65-07; e-mail: n.i.pogorelov@gmail.com

***Погорелов Николай Иванович*** – кандидат экономических наук, профессор, Национальный технический университет «Харьковский политехнический институт», профессор кафедры организация производства и управления персоналом; тел.: (057) 707-65-07; e mail: n.i.pogorelov@gmail.com

***Pogorelov Nikolay Ivanovich*** – candidate of economic Sciences, Professor, national technical University "Kharkiv Polytechnic Institute", Professor of the Department of production organization and personnel management; tel: (057) 707-65-07; e-mail: n.i.pogorelov@gmail.com

***Погорєлов Сергій Миколайович*** – кандидат економічних наук, професор, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», професор кафедри організація виробництва і управління персоналом; тел.: (057) 707-65-07; e-mail: pogser.sp@gmail.com, (ORCID: 0000-0003-0868-2002)

***Погорелов Сергей Николаевич*** – кандидат экономических наук, профессор, Национальный технический университет «Харьковский политехнический институт», профессор кафедры организация производства и управления персоналом; тел.: (057) 707-65-07; e mail: pogser.sp@gmail.com, (ORCID: 0000-0003-0868-2002)

***Pogorelov Sergiy Mukolaevich*** – candidate of economic Sciences, Professor, national technical University "Kharkiv Polytechnic Institute", Professor of the Department of production organization and personnel management; tel: (057) 707-65-07; e-mail: ni.pogorelov@gmail.com, (ORCID: 0000-0003-0868-2002)

УДК 519.2

***О. О. ФАЛЬЧЕНКО, О.Ю. СОЛОХА***

# ВШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ОБЛІКУ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ

В даній статті на основі наукових праць і публікацій розкрито роль основних засобів в діяльності підприємства. Досліджено напрями підвищення ефективності використання основних засобів на підприємствах. Розроблені заходи щодо напрямків підвищення ефективності використання основних засобів. Розроблені пропозиції щодо шляхів підвищення ефективності використання основних засобів для підвищення фінансової стійкості підприємства і зростання ресурсного потенціалу.

**Ключові слова:** основні засоби, ефективність, фондомісткість, фондовіддача, ресурсний потенціал.

В данной статье на основе научных трудов и публикаций раскрыта роль основных средств в деятельности предприятия. Исследовано направления повышения эффективности использования основных средств на предприятиях. Разработанные мероприятия относительно направлений повышения эффективности использования основных средств. Разработанные предложения относительно путей повышения эффективности использования основных средств для повышения финансовой стойкости предприятия и роста ресурсного потенциала.

**Ключові слова:** основні засоби, ефективність, фондомісткість, фондовіддача, ресурсний потенціал.

In of of of this article on the basis of scientific works and publications the role of the fixed assets is exposed in activity of enterprise. Directions of of of increase of efficiency of the use of the fixed assets are investigational on enterprises. Worked of of of out measures in relation to directions of increase of efficiency of the use of the fixed assets. Worked of of of out suggestions in relation to the ways of increase of efficiency of the use of the fixed assets for the increase of financial firmness of enterprise and height of resource potential. Labours of of of different scientists - economists became theoretical and methodological foundation of realization of research on this subjects, as of of Ukrainian of of so foreign. The of of informative base of research are informative resources of network the of of Internet, periodic and special scientific editions. The of of methods of scientific cognition, scientific principles of realization of research, are used in the article. One of of main tasks of every modern enterprise there is an increase of efficiency and quality of public production, and also considerable increase of return of capital investments and capital assets which are the material base of production and major component part of productive forces of entire country on the whole. Ukraine of has considerable economic potential, and efficiency of her economy depends on that, how this potential is used, in particular the fixed assets. It is necessary for the evaluation of backlogs of increase of efficiency of capital assets, first of all, to know the real level of the use of the fixed assets and concrete possibilities of his increase.

**Keywords:** the fixed assets, efficiency, capital ratio, capital productivity, resource potential

**Вступ.** На сьогодні, визначальними рисами сучасних умов розвитку національної економіки є фінансова неспроможність окремих суб'єктів господарювання, занепад виробничих засобів на вітчизняних підприємствах, знецінення основних засобів та багато інших негативних явищ, викликаних економіко-політичною кризою в Україні на перше місце виходить питання ефективного використання основних засобів і виробничих потужностей підприємств.

**Аналіз останіх досліджень та публікацій.** Ця проблема досліджувалась багатьма науковцями і їй присвячені роботи таких вчених-економістів, як М. Білуха, М. Білик, Ф. Бутинець, В. Гавриленко, С. Голов, Л. Городянська, А. Герасимович, Н. Дорош, В. Казмирчук, Л. Кіндрацька, Д. Костюка, Л. Нападовська, Г. Нашкерска, А. Озеран, О. Петрик, Т. Писаревська, В. Рудницький, Я. Савченко, В. Сопко, Н. Ткаченко, В. Усач, Г. Чумаченко, та інші. Та незважаючи на велику кількість проведених досліджень, на сьогодні залишаються остаточно невирішеними питання у сфері організації обліку основних засобів, які потребують негайного розв'язання.

Зокрема, існує потреба в удосконаленні організаційних засад обліку основних засобів на основі виокремлення й обґрунтування особливостей методики обліку основних засобів.

**Постановка задачі.** Метою даної статті є дослідження наукової думки відносно сутності основних засобів та розробка заходів і пропозицій щодо напрямків і шляхів підвищення ефективності їх використання для підвищення фінансової стійкості підприємства і зростання ресурсного потенціалу.

**Методологія.** Теоретичним і методологічним фундаментом проведення дослідження на дану тематику стали праці різних науковців-економістів, як українських так і зарубіжних.

Інформаційною базою дослідження є інформаційні ресурси мережі Інтернет, періодичні та спеціальні наукові видання. В статті використано методи наукового пізнання, загальнонаукові принципи проведення дослідження.

**Результати дослідження**. Основним завданням функціонування підприємства є виготовлення продукції (надання послуг) в результаті поєднання і взаємодії в процесі виробництва трьох його основних елементів: засобів праці, предметів праці та праці людини. Засоби праці та предмети праці утворюють засоби виробництва, які, в свою чергу, поділяються на основні та оборотні.

Сутність останніх розглядається окремо. На підприємствах сукупність застосовуваних засобів праці набуває економічної форми основних засобів. Ринкова система управління потребує більш комплексної інформації щодо наявних основних засобів.

Практична діяльність підприємств свідчить, що облік основних засобів ще більше ускладнився.

© О. О. Фальченко, О. Ю. Солоха, 2017

Таблиця 1 – Генезис категорії “основні засоби” в процесі реформування бухгалтерського обліку

| Науковці | Визначення |
|---|---|
| 1 | 2 |
| Бойко В.М. | 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. |
| Бутинець Ф. Ф. | Основні фонди (засоби) – матеріальні активи, що утримуються з метою використання у процесі виробництва або постачання товарів, надання послуг, надання в оренду іншим особам або для здійснення адміністративних і соціально-культурних функцій, очікуваний строк корисного використання яких більше одного року (або ж операційного циклу). |
| Загородній А.Г. | Основні засоби – матеріальні активи, які підприємство формує з метою використання їх у процесі виробництва чи постачання товарів, надання послуг, здавання в оренду іншим особам або для здійснення адміністративних та соціально-культурних функцій і очікуваний термін корисного застосування яких перевищує рік. |
| Сердюк В.Н. | Основні засоби – засоби праці, ціна яких перевищує встановлений підприємством вартісний ценз, і термін експлуатації яких перевищує один рік (чи операційний цикл, якщо він більший за рік) в первісній натуральній формі як засоби праці (машини, обладнання, прибори та інструменти) чи як матеріальні умови праці (будівлі, споруди, інвентар) |
| Кірейцев Г.Г. | Основні засоби – частина майна підприємства, що переносить свою вартість на новостворений продукт частинами за декілька виробничих циклів. |
| Голов С. Ф. | Основні засоби – матеріальні активи, що утримуються для використання у виробництві або постачанні товарів, виконанні робіт і наданні послуг, для досягнення поставленої мети та надання в оренду іншим особам; використовуються, за очікуванням, більше 1 року. |
| Кленін О. В. | Основні засоби – сукупність матеріально – речових цінностей, які функціонують у натуральній формі упродовж тривалого періоду у сфері матеріального виробництва та невиробничій сфері. |
| Михайлов А. М. | Основні засоби – це активи, які беруть участь у декількох операційних циклах, не втрачаючи при цьому свою натурально – речову форму, переносять свою вартість на знов створену продукцію частинами у вигляді нарахованої амортизації, строк корисного використання яких перевищує один рік та від використання яких підприємств очікує економічну вигоду. |
| Податковий кодекс України | Основні засоби – це 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 рік (операційний цикл, якщо він довший ніж рік). |
| Міжнародний стандарт фінансової звітності 16 “Основні засоби” | Основні засоби - активи, які утримують для використання у виробництві або постачанні товарів чи наданні послуг, для надання в оренду або для адміністративних цілей; використовуватимуть, за очікуванням, протягом більше одного періоду. |
| Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 7 “Основні засоби” | Основні засоби – матеріальні активи, які підприємство утримує з метою використання в процесі виробництва або постачання товарів, надання послуг, здавання в оренду іншим особам для здійснення адміністративних і соціально-правових дій, очікуваний строк корисного використання (експлуатації) яких становить більше одного року. |

Україна має значний економічний потенціал, а ефективність її господарства залежить від того, як однією з головних завдань кожного сучасного підприємства є підвищення ефективності та якості суспільного виробництва, а також значне збільшення віддачі капітальних вкладень і основних засобів, які є матеріальною базою виробництва і найважливішою складовою частиною продуктивних сил всієї країни в цілому

використовується цей потенціал, зокрема основні засоби.

Зважаючи на роль та місце основних засобів у діяльності підприємств, у науковій літературі приділено багато уваги теоретичним та практичним питанням їх обліку, проте єдиної думки, щодо визначення змісту терміну "основні засоби" науковцями так і не досягнуто.

С. Покропивний визначає основні засоби як засоби праці, які мають вартість; функціонують у виробництві тривалий час, у своїй незмінній споживчій формі, а їх вартість переноситься конкретною працею на вартість продукції, що виробляється (на виконані роботи або послуги), частинами в міру зношення.

На основі проведеного аналізу наукової літератури доведено, що більшість науковців під "основними засобами" розуміють матеріальні активи підприємства. Усі напрацювання зосереджені на тому, що основні засоби повинні використовуватися тривалий час (а саме, більше одного року чи одного операційного циклу). Одержані ними в різний час результати, створюють загалом необхідні умови для забезпечення й удосконалення системи керування основними засобами на основі органічного зв'язку функції обліку з іншими функціями управління.

Успішність управління основними засобами підприємства можна розглядати з позиції ефективності їхнього використання в господарському обороті. Через те, що основні засоби експлуатуються тривалий час, вони поступово втрачають свою вартість за рахунок фізичного та морального зношування, а перенесення вартості основних засобів на продукцію, що виготовляється, виконувані роботи, надавані послуги відбувається за рахунок нарахування амортизації. Тут слід звернути увагу на цільове використання амортизаційних потоків, які формуються в результаті виробничої діяльності.

Завданнями бухгалтерського обліку основних засобів є: контроль за збереженням та ефективним використанням об'єктів; правильне й своєчасне оформлення і відображення, від однієї матеріальної особи до іншої та вибуття об'єктів; показ наявних цінностей відповідно до прийнятої класифікації; своєчасне відображення зносу (амортизації) об'єктів і витрат на їхній ремонт та реконструкцію; точне визначення результатів від ліквідації основних засобів.

Невід'ємною частиною обліку та контролю основних засобів є економічний аналіз їх використання, який спрямований на пошук резервів підвищення ефективності.

Ефективність основних засобів - результат, отриманий у вигляді отриманого ефекту, що співвідноситься з витраченими ресурсами. Підвищення ефективності полягає в досягненні найбільших результатів при відповідному рівні розвитку продуктивних сил порівняно з витратами праці, використаними на створення суспільного продукту. Від ефективності використання залежать темпи зростання продуктивності праці, обсягів виробництва, поліпшення якості промислової продукції та інших показників.

Для оцінювання резервів підвищення ефективності основних фондів необхідно, насамперед, знати реальний рівень використання основних засобів й конкретні можливості його підвищення. Поліпшення використання основних засобів може бути забезпечене двома шляхами: інтенсивним та екстенсивним.

Інтенсивний шлях характеризується підвищенням завантаження устаткування та збільшенням рівня використання їхньої потужності. Основними напрямами підвищення інтенсивного завантаження устаткування є:

- удосконалення технологій та організації виконання робіт;
- правильний вибір машин і робочого устаткування;
- запровадження сучасних технологій.

Екстенсивний шлях полягає у збільшенні тривалості роботи, скороченні цілозмінних і внутрішньозмінних втрат робочого часу, підвищенні коефіцієнта змінності. Основними шляхами поліпшення екстенсивного використання устаткування в машинобудуванні є:

– безперебійне постачання підприємствам сировини, матеріалів, покупних напівфабрикатів і комплектуючих виробів, палива, електроенергії;

– своєчасне усунення виявлених диспропорцій у галузі й на підприємствах, в окремих цехах і виробничих дільницях, що дасть змогу запобігти перервам у роботі підприємства;

– усунення причин нерівномірної роботи підприємства, що призводить до недовикористання устаткування в цілому, й у часі, тобто до його простоїв

У більшості випадків окремі показники, до яких належать екстенсивне й інтенсивне використання устаткування, не можуть бути застосовані (вони показують лише міру використання окремих елементів основних засобів), тому для визначення використання всієї маси основних фондів на підприємстві слід застосовувати узагальнюючі показники, до яких належать показники фондовіддачі, фондомісткості та рентабельності.

Фондовіддача показує загальну віддачу від кожної гривні, вкладеної в основні засоби, а її зростання дозволяє знижувати обсяги нагромаджування, тобто збільшувати питому частку фонду споживання. Фондомісткість – це показник, обернений до фондовіддачі, який характеризує вартість основних засобів, що припадає на кожну грошову одиницю реалізованої продукції. У звичайних умовах господарювання фондовіддача повинна мати тенденцію до росту, а фондомісткість – до зменшення.

Рентабельність основних засобів характеризує відношення операційного прибутку до середньорічної вартості основних засобів підприємства. Підвищення рівня рентабельності потребує мобілізації внутрішніх резервів виробництва, послідовного проведення всіх видів робіт, спрямованих на поліпшення використання всіх видів ресурсів, збільшення маси прибутку.

Вирішальну частину приросту продукції в цілому одержують із діючих основних засобів,

які у кілька разів перевищують щорічно введені нові засоби. Поліпшення використання діючих основних засобів і виробничих потужностей підприємства може бути досягнуто завдяки:

1) підвищенню інтенсивності використання виробничих потужностей і основних засобів;

2) підвищенню ефективності їх навантаження, більш інтенсивне використання виробничих потужностей і основних засобів, перш за все, за рахунок технічного удосконалювання останніх.

Значні резерви підвищення ефективності використання основних засобів містяться у збільшенні тривалості роботи машин та механізмів. У цілому сукупність резервів покращення використання основних засобів підприємства може бути поділена на три великих групи:

1. Технічне вдосконалення засобів праці, яке передбачає:

- технічне переозброєння на базі комплексної автоматизації та впровадження гнучких виробничих систем;
- заміну застарілої техніки, модернізацію обладнання;
- ліквідацію вузьких місць і диспропорцій у виробничих потужностях підприємства;
- механізацію допоміжних та обслуговуючих виробництв;
- розвиток винахідництва та раціоналізаторства.

2. Збільшення тривалості роботи машин та обладнання за рахунок:

- ліквідації незадіяного обладнання (здавання його в оренду, лізинг, реалізація тощо);
- скорочення строків ремонту обладнання;
- зниження простоїв: цілозмінних та всередині змін.

3. Покращення організації та управління виробництвом, а саме:

- прискорення досягнення проектної продуктивності введених в експлуатацію основних фондів;
- впровадження наукової організації праці та виробництва;
- покращення забезпечення матеріально-технічними ресурсами;
- вдосконалення управління виробництвом на базі сучасної комп'ютерної техніки;
- розвиток матеріальної зацікавленості працівників, що сприяє підвищенню ефективності виробництва.

Застосування на практиці розроблених заходів (економічний ефект) у цілому по підприємству дасть змогу збільшити обсяг випуску товарної продукції, підвищити показник фондовіддачі, а також збільшити прибуток від реалізації й балансовий прибуток, а отже, і рентабельність виробничих фондів підприємства.

Для підвищення ефективності використання основних засобів, потрібна розробка і реалізація цільових програм з інтенсифікації та розвитку виробництва. Наявна на більшості виробничих підприємств техніка, обладнання та інші засоби за всіма основними параметрами дуже низької якості і вже давно потребують модернізації.

Основні засоби повинні систематично оновлюватися. Зростання основних засобів, особливо знарядь праці, та поліпшення їх якості на основі новітніх технічних і наукових досягнень підвищує технічну озброєність праці, є найважливішою умовою випуску високоякісної продукції з меншими затратами праці, зростання продуктивності праці і зниження собівартості продукції.

Застосування на практиці запропонованих заходів у цілому по підприємству дасть змогу збільшити обсяги випуску товарної продукції, підвищити показник фондовіддачі, а також збільшити прибуток від реалізації продукції й балансовий прибуток, а отже, і рентабельність основних засобів підприємства.

**Висновки**. Наукова новизна даного дослідження полягає в розробці та обґрунтуванні напрямів удосконалення організації обліку основних засобів, в тому числі завдяки уточненню понятійного апарату з даного питання. Дослідження показали, що основні засоби становлять головну частину матеріально-технічної бази будь-якої галузі, особливо промисловості. На базі їх зростання збільшується економічний потенціал і виробничі можливості галузі, підвищується технічний рівень виробництва. Це, у свою чергу, підвищує темпи випуску продукції, що вирішальним чином сприяє вдосконаленню розширеного відтворення й правильному формуванню найважливіших пропорцій господарювання.

В цілому варто зазначити, що від того наскільки забезпечено підприємство основними засобами і як ефективно вони використовуються, залежить прибуток підприємства та рівень його повної рентабельності.

**Список літератури**


1. *Стригуль, Л.С.* Шляхи удосконалення організації обліку і аудиту основних засобів на підприємстві / *Л.С. Стригуль, А.С. Тімонова* // Вісник НТУ «ХПІ». – 2014. – №32 (1075). – С.47-50.
2. *Фальченко О.О.* Шляхи підвищення ефективності використання основних фондів підприємства / *О.О. Фальченко* // Вісник НТУ «ХПІ». 2012. - №51 (957). – С.168-171.
3. *Ларка М.І.* Резерви підвищення ефективності використання основних засобів підприємства / *М.І. Ларка, Д.О. Горжій* // Вісник НТУ «ХПІ». 2013. - №22 (995). – С.38-43.
4. *Смоловик Р.Ф.* Основні напрямки підвищення ефективності використання основних засобів підприємства в сучасних умовах / *Р.Ф. Смоловик* // Вісник НТУ «ХПІ». – 2016. - №19 (1191). – С.111-114.
5. *Бойко В.М.* Бізнес: словник-довідник / *В.М. Бойко, П.Г. Вашків*. – К.: Україна, 1995. – 565 с.
6. *Бутинець Ф.Ф.* Теорія бухгалтерського обліку: підручник для студентів вузів спеціальності 7.050106 “Облік і аудит”/ Вид.2-е, доп. і перероб.-Житомир: ЖІТІ, 200. – 640с
7. *Загородній А.Г.* Фінансово-економічний словник / *А.Г. Завгородній., Г.Л. Вознюк*. – К.: Знання, 2007. – 1072 с.
8. *Кірейцев Г.Г.* фінанси підприємств:[Навч. посібник] / *Г.Г. Кірейцев, Н.Г. Виговська, О.М. Петрук*.- Житомир: ЖТІ,2002.-272
9. *Голов С. Ф.* Бухгалтерський облік за міжнародними стандартами / *С. Ф. Голов, В.Н. Костюченко*,-К.: Екаутінг,200.-384 с.

10. *Кленін О. В.* Ефективність відтворення основного капіталу підприємств: монографія / *О. В. Кленін*. – Д.,2006 – 196 с.
11. *Михайлов А. М.* основні засоби: визначення та класифікація/ *А. М. Михайлов* // Вісник СДАУ.- 2001.- Вип1(10).- С 156 – 159.
12. Податковий кодекс від 02.12.2010 р. № 2755-VI - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://search.ligazakon.ua
13. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 7 «Основні засоби», затверджене наказом Міністерства фінансів України від 27.04.2000 р. № 92 - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon.rada.gov.ua.

**Bibliography (transliterated)**

1. Stryhul', L.S. *Shlyakhy udoskonalennya orhanizatsiyi obliku i audytu osnovnykh zasobiv na pidpryyemstv*i / L.S. Stryhul', A.S. Timonova // Visnyk NTU «KhPI». 2014, no 32 (1075), pp.47-50.
2. Fal'chenko O.O. *Shlyakhy pidvyshchennya efektyvnosti vykorystannya osnovnykh fondiv pidpryyemstva* /O.O. Fal'chenko // Visnyk NTU «KhPI». 2012, no 51 (957), pp.168-171.
3. Larka M.I. *Rezervy pidvyshchennya efektyvnosti vykorystannya osnovnykh zasobiv pidpryyemstva* / M.I. Larka, D.O. Horzhiy // Visnyk NTU «KhPI»., 2013, no 22 (995), pp.38-43.
4. Smolovyk R.F. Osnovni napryamky pidvyshchennya efektyvnosti vykorystannya osnovnykh zasobiv pidpryyemstva v suchasnykh umovakh / R.F. Smolovyk // Visnyk NTU «KhPI». 2016, no 19 (1191), pp.111-114.
5. Boyko V.M. *Biznes: slovnyk-dovidnyk* / V.M. Boyko, P.H. Vashkiv. – Kuiv: Ukrayina, 1995, pp..65-68.
6. Butynets' F.F. Teoriya bukhhalters'koho obliku: pidruchnyk dlya studentiv vuziv spetsial'nosti 7.050106 “Oblik i audyt”/ Vyd.2-e, dop. i pererob.-Zhytomyr: ZhITI., 2000.
7. Zahorodniy A.H. *Finansovo-ekonomichnyy slovnyk* / A.H. Zavhorodniy., H.L. Voznyuk. – Kuiv: Znannya, 2007,. 1072 p.
8. Kireytsev H.H. *finansy pidpryyemstv*:[Navch. posibnyk]/ H.H. Kireytsev, N.H. Vyhovs'ka, O.M. Petruk.- Zhytomyr: ZhTI, 2002.- 272 p.
9. Holov S.F. *Bukhhalters'kyy oblik za mizhnarodnmy standartamy* / S. F. Holov, V.N. Kostyuchenko,- Kuiv: Ekautinh, 2000, 384 p.
10. Klenin O.V. *Efektyvnist' vidtvorennya osnovnoho kapitalu pidpryyemstv: monohrafiya* /O. V. Klenin. – Dnepr, 2016, 196 p.
11. Mykhaylov A. M. *Osnovni zasoby: vyznachennya ta klasyfikatsiya* / A. M. Mykhaylov//Visnyk SDAU.- Vyp1(10)., 2001, pp. 156 – 159.
12. Podatkovyy kodeks vid 02.12.2010 r. no 2755-VI - [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: http://search.ligazakon.ua
13. Polozhennya (standart) bukhhalters'koho obliku 7 «Osnovni zasoby», zatverdzhene nakazom Ministerstva finansiv Ukrayiny vid 27.04.2000 r. no 92 - [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: http://zakon.rada.gov.ua.

*Надійшла (received) 22.09.2017*

*Бібліографічні описи / Библиографические описания / Bibliographic descriptions*

**Шляхи удосконалення ефективності обліку основних засобів на підприємстві / О.О. Фальченко, О. Ю. Солоха** // Вісник НТУ “Харківський політехнічний інститут” (економічні науки). – Х.: НТУ „ХПІ”. - 2017. - № 45(1266).- С. 37-41 . Бібліогр. 13 назв. – ISSN 2519-4461.

**Пути усовершенствования эффективности учета основных средств на предприятии / Е.А. Фальченко, О.Ю. Солоха** // Вестник НТУ “Харьковский политехнический институт” (экономические науки). – Х.: НТУ „ХПИ”. - 2017. - № 45(1266).- С. 37-41 . Библиогр.: 13 названий. – ISSN 2519-4461.

**Ways of improvement of efficiency of account of the fixed assets on the enterprise / E. Falchenko, O. Solokha** // Bulletin of NTU "Kharkiv Polytechnic Institute" (economic sciences). – Kharkiv.: NTU "KhPI". - 2017. - № 45(1266).- P. 37-41 . Bibliogr.: 13 names. – ISSN 2519-4461.

*Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors*

**Фальченко Олена Олександрівна** - кандидат економічних наук, доцент, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», доцент кафедри економічного аналізу та обліку, тел : (063)647-39-85, e-mail: elenafalchenko7@gmail.com.

**Фальченко Елена Александровна** - кандидат экономических наук, доцент, Национальный технический университет «Харьковский политехнический институт», доцент кафедры экономического анализа и учета, тел: (063)647-39-85, e - mail: elenafalchenko7@gmail.com.

**Falchenko Elena –** Candidate of Economics Sciences (Ph. D), Associate Professor, National Technical University «Kharkiv Polytechnic Institute», Associate Professor of Economic Analysis and Accounting, tel : (063)647-39-85, e-mail: elenafalchenko7@gmail.com.

**Солоха Ольга Юріївна**- Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», студент; тел.. (050)533-76-54; e-mail: soloxa_olya@ukr.net

**Солоха Ольга Юрьевна** - Национальный технический университет «Харьковский политехнический институт», студент; тел.. (050)533-76-54; e-mail: soloxa_olya@ukr.net

**Solokha Olha** - National Technical University «Kharkiv Polytechnic Institute», the student; Tel **.:** (050)533-76-54; e-mail: soloxa_olya@ukr.net

УДК 658.3.07

***В.Г. ДЮЖЕВ, О.І. БОЙЧЕНКО***

# ПІДВИЩЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ СПРИЙНЯТЛИВОСТІ ПЕРСОНАЛУ КОМЕРЦІЙНОЇ СЛУЖБИ ПІДПРИЄМСТВ ПРОМИСЛОВОЇ АВТОМАТИКИ

Стаття присвячена застосуванню інновацій в структурі управління персоналом на ринку промислової автоматики та перейняттю європейського досвіду управління. У статті розглянуті передовий світовий досвід по формуванню структури та взаємозв'язків комерційної служби на ринку компаній промислової автоматики. У статті розглянуті та проаналізовані тенденції розвитку комерційної служби, відділу навчання персоналу, основні напрямки та методі управління персоналом.

**Ключові слова:** інновації, структура управляння персоналом, промислова автоматика, комерційна служба, экономична ефективність.

Статья посвящена применению инноваций в структуре управления персоналом на рынке промышленной автоматики и перениманию европейского опыта управления. В статьи рассмотренные передовой мировой опыт по формированию структуры и взаимосвязей коммерческой службы на рынке компаний промышленной автоматики. В статьи рассмотренные и проанализированные тенденции развития коммерческого отдела, отдела учебы персонала, основные направления и методе управления кадрам.

**Ключевые слова:** инновации, структура управления персоналом, промышленная автоматика, коммерческая служба.

The article is sanctified to application of innovations in the structure of management a personnel at the market of industrial automation and adopting of European experience of management. In the articles considered front-rank world experience is on forming of structure and intercommunications of commercial service at the market of companies of industrial automation. In the articles considered and analysed progress of commercial department, department of studies of personnel trends, basic directions and method of management to the shots. In the real article the considered questions of transition are from regional principle of work on branch. Offer changes are in the corresponding structures of service. Set new intercommunications as into commercial service so in subdivisions that provide and serve. Drawn conclusion, that these structures it follows to perfect from position of necessities of customers in the complex systems of industrial automation. One of important events there is a process of preparation of studies and increase of qualification and motivation of personnel, and токож services that take part in the change of charts of work. All of it increases efficiency of work of enterprise due to development of markets of sales.

**Key words**: innovations, structure of personnel management, industrial automation, commercial service.

**Актуальність проблеми.** Підвищення інноваційної сприйнятливості підприємства на основі підвищення ефективності роботи організаційно управлінських структур, зокрема комерційної служби є важливим чинником збільшення ефективності діяльності підприємства у цілому. Інноваційна сприйнятливість, що є складовою частиною інноваційного потенціалу підприємства, відображає його здатність сприймати і застосовувати нововведення. Міра застосування нових ідей є показником інноваційної сприйнятливості підприємства, а попит на ринку на товар або послугу – відображенням результативності функціонуючої інформаціоно маркетінгової системи компанії. Усе це обумовлюється необхідністю вдосконалення понятійного апарату у сфері інноваційної сприйнятливості. Її використання, з метою збільшення конкурентної спроможності підприємства, можна визначити, як здатність організації виявити інновації в інформаційному полі, ідентифікувати їх окремі ознаки, виділити в них інформативний зміст, прийняти інновацію до використання з метою підвищення своєї конкурентоспроможності. Отже, інноваційна сприйнятливість є процес оцінки інновації, ініціації її прийняття формування мотивованій готовності до її реалізації [1].

Визначальна роль організаційно управлінської структури комерційної служби в підвищенні ефективності праці її персоналу безпосередньо пов'язано з виконанням плану продажів і отримання прибутку підприємства.

Отже інноваційна сприйнятливість організаційно управлінської структури комерційної служби проявляється в створенні умов для доцільного та раціонального використування ресурсів і результатів в сфері задоволення потреб ринку та здатності доцільно і раціонально їх використовувати [2].

Був проаналізован досвід передових європейських компаній на ринку промислової автоматики. Основними чинниками є значна дилерська мережа, активно діючий відділ продажів, сучасні складські потужності і ефективна логістика яка дають можливість компанії оперативно та безперебійно кількісно і якісно здійснювати постачання продукції, забезпечуючи тим самим високий рівень якості обслуговування споживачів.

**Аналіз досліджень.** Важлива роль у дослідженні теоретичних і методичних проблем інноваційної сприйнятливості, у тому числі оцінки економічної ефективності інновацій та питань прискорення їх впровадження, належить таким відомим вченим, як Е. О. Андрєєва, С. В. Валдайцев, О. М. Владимирова, І. М. Джазовська, П. М. Завлин, В. Я. Заруба, С. М. Ілляшенко, О. М. Кондрашов, Н. П. Масленникова, П. Г. Перерва, Е. Роджерс, В. М. Рижих, А. О.

© В.Г. Дюжев, О.І. Бойченко, 2017

Трифілова, Р. А. Фатхутдінов, Л. В. Фільберт, А. І. Яковлєв та інші [3].

**Ціль статті** – проаналізувати типову схему структури комерційного відділу підприємств промислової автоматики з урахуванням міжнародного досвіду і тенденцій розвитку відповідних ринків, розробити заходи по формуванню інноваційної сприйнятливості структури управління комерційної служби та підрозділів по розвитку персоналу.

**Виклад основного матеріалу дослідження**. Нині на ринку промислової автоматики України багато гравців, і серед них виділяються ряд китайских, європеских (Сименс, Шнайдер, АВВ), і невелика доля українських виробників: Овен (м. Харків), Тера (м. Чернігів), Манометр (м. Харків), Перетворювач (м. Запоріжжя), Електрометрія (м. Луцк). Мета кожної вітчизняної компанії вийти в лідери і відповідно захопити долю ринку 20-25%. Споживачі автоматики - це компанії працюючи у різних галузях промисловості. На основі проведеного аналізу було виявлено, що їм потрібні не окремо прилади і датчики, а готові рішення по комплексній системі автоматизації технологічних, обслуговуючих та забезпечуючих процесів. Відповідно це диктує нові підходи до формування інноваційної сприйнятливості комерційного відділу [4].

Практично у всіх компаніях України на ринку промислової автоматики комерційні відділи побудовані за принципом регіонального принципу. Розглянемо типову структуру комерційного відділу на компанії котра працює більше 25 років на ринку промислової автоматики. Вона показана на рис 1. Структура була спрямована на клієнтів за регіональній спрямованості. При цьому маркетингова діяльність компанії здійснюється у тісному взаємозв'язку маркетингового відділу і продукт-менеджерів компанії і спрямована на збір, аналіз інформації про ситуацію на ринку для прийняття рішень по розробці і впровадженні стратегії виробництва та продажу продукції, а також координації дій всіх основних підрозділів підприємства. Проте регіональний принцип не повною мірою забезпечує активну підтримку просуванню продукції на ринок де постійно посилюється конкуренція.

З урахуванням вищевикладеного розглянемо розвиток структури відділу продажів, який є основним збутових підрозділом. Головною метою цього є забезпечення збільшення кількості продажів продукції, що випускається компанією.

Організацію його роботи укрупнено можна представити на основі аналізу роботи регіональних менеджерів. Основними функціями регіонального менеджера є управлінські, а саме: планування і контроль роботи територіальних менеджерів, менеджерів з продажу та менеджера по роботі з клієнтами свого регіону, а також пошук, ранжування і аналіз клієнтської бази, організація і проведення зустрічей з клієнтами та укладання договорів. Регіональному менеджеру підкоряються територіальний менеджер, менеджер з продажу та менеджер по роботі з клієнтами. Склад і кількість територіальних менеджерів, менеджерів з продажу та по роботі з клієнтами для кожного з регіонів визначається виходячи з кількості клієнтів і обсягів продажів в них та не є постійним. На даному, вертикальному, рівні взаємодії менеджер з продажу отримує завдання від регіонального менеджера і формує, відправляє звітну документацію. Це показано на рисунку 1.

Рис. 1 - Структура та взаємозв’язки комерційної служби компанії на ринку промислової автоматики [5]

Таким чином, в обов'язки менеджера з продажу входить продаж усього асортименту виробленої компанією продукції всіх категорій потенційних клієнтів в даному регіоні. При цьому взаємодія з територіальним менеджером, в обов'язки якого входить пошук, ранжування клієнтської бази, організація і проведення зустрічей з клієнтами на окремих (або довіреної йому) територіях регіону. Укладання договорів здійснюється з питань передачі інформації територіальним менеджерам про клієнта, а також контроль результатів їх зустрічей.

Взаємодія з менеджером по роботі з клієнтом здійснюється за всіма оперативними робочими питаннями: інформування, координації дій з дилерами та інші.

Особливістю побудови структури компанії є те, що керування роботи менеджера з продажу,здійснюється через начальника відділу продажів, на якого покладено функції організації робочого процесу і контролю виконання задач.

*Переваги* регіонального підходу по організації комерційного відділу:

− мінімізація витрат;

− скорочення рівнів в ієрархії прийняття рішень;

− безпосередню взаємодію з клієнтами.

*Недоліки.* Головний недолік географічного принципу організації продажів полягає в тому, що представник відділу продажів повинен продавати всю товарну лінійку своєї компанії всіх категорій потенційних клієнтів, тобто бути майстром на всі руки. Співробітники отримують більше свободи дій при виконанні своїх обов'язків, однак деколи йдуть по шляху найменшого опору і зосереджуються на найбільш простих або прибуткових ділянках - наприклад, працюють тільки з певною групою товарів або тільки з великими клієнтами, що зазвичай йде врозріз зі стратегічними цілями компанії і її політикою щодо клієнтів. Щоб уникнути подібних ситуацій керівництво компанії прагне жорстко контролювати діяльність регіональних відділів продажів або застосовує ретельно продумані схеми мотивації, де враховуватиметься вклад кожного співробітника у збільшення прибули підприємства.

У зв'язку з цим даний використовуваний принцип побудови структури відділу продажів компанії слід переформатувати за принципом посилення інноваційної сприйнятливості галузевих потреб. Так в даний час проводяться роботи по реформуванню відділу продажів на галузеву орентацію менеджерів, у тому числі по роботі з VIP-клієнтами та пошук інших підходів з метою збільшення обсягу продажів.

Для цього керівництво компанії ставить основною метою максимальне задоволення вимог споживачів продукції і визначає стратегічні цілі в області якості; постійне вдосконалення діючої системи менеджменту якості; створення умов для залучення усього персоналу до процесу виконання поставлених завдань в області якості; розвиток бізнесу і поліпшення економічних показників підприємства переважний за рахунок якісного зростання; підвищення задоволеності клієнта; вдосконалення організації виробництва та зниження витрат.

Шляхи і способи досягнення пріоритетних стратегічних цілей:

-неухильне виконання документованих процедур Системи Менеджменту Якості підприємства, регулярний аналіз її ефективності і постійне вдосконалення з використанням ідей закладених стандартами ISO 9001:2015;

-рациональное забезпечення ресурсами, підвищення ефективності їх використання;

-навчання і залучення усього персоналу у процеси забезпечення якості;

-изучение поточних і прогнозування майбутніх запитів споживачів, постійне вдосконалення продукції і процесів.

Аналізуючи попит передових європейських компаній по промислової автоматики (Данфос, Сименс, Шнайдер електрик та ін.) слід визнати, що тенденція розвитку комерційних служб зумовлюють переорієнтацію менеджерів з регіональних принципів на галузеві. При цьому кожен менеджер буде займаються своєю галуззю у рамках глобальних ринків (СНД, Європи, Азії).

Відтепер перерозподіливши функції менеджершв по галузях, кожен менеджер буде націлений на різні світові галузеві ринки промислової автоматики.

На рис. 2 показана структурна схема галузевого спрямування яку можна представити на прикладі реалізації промишленной автоматики у галузі ЖКГ. В горі управління є керівник галузевого напряму по усьому ЖКГ. Він вирішує питання: управління інвестиціями по напряму галузі, створює стратегію, і бізнес планування, приймає ключові рішення по даній області, несетеме відповідальність за повернення інвестицій, аналіз ринку, формування вимог до продуктів.

Далі йдуть комерційний лідер 1 (наприклад по водопостачанню), комерційний лідер 2 (наприклад з теплопостачання). У підпорядкуванні у комерційних лідерів є менеджери, які займаються вузькою спрямованістю (наприклад водоканалами або тепловими пунктами ТЕЦ).

Відповідно комерційний лідер займається питанням побудови системи та процесу продажів, просування рішень в даній галузі, побудова роботи з клієнтами, створення клієнтського сервісу (контроль відвантажень, документообігу і т.д.), він несе відповідальність за збільшення оборот і виконання плану продажів.

На допомогу їм йде технічний відділ з конструкторськім бюро і АСУ ТП. Які допомагають у експертної оцінки технологій, в технічному маркетингу галузі, сервісу.

Рис. 2 - Структура комерційного відділу по галузевому напрямку [5]

Перехід на галузевий принцип дозволить бути ближче до клієнтів, наприклад - до цього компанія продавала прилади, а тепер готові рішення.

Був проведений SWOT аналіз відповідно до цього були виявлені деякі проблеми на які при розробці заходів по впровадженню галузевого принципу роботи комерційної служби, слід звернути увагу. Серед них приділити значну увагу навчанню персоналу з метою доведення передового і вітчизняного досвіду в цій сфері. Акцентувати увагу технічних служб підприємства на розробку пакет комплексних систем по промисловій автоматиці, не допустити під час переходу втрату існуючих клієнтів. Розробити організаційно управлінську систему по збільшенню якості продукції для забезпечення передумов продажів комплексних систем. З точки зору тимчасового відрізку впровадження цієї системи слід розробити поетапний план по залученню тимчасових матеріальних ресурсів.

На першому етапі створити гібридну структуру, яка поєднує регіональне та галузеве спрямування з аналізом висновками і формуванням пріоритетів реформування. Цей захід передбачає різні варіанти впровадження галузевого принципу в діючу систему комерційної структури у тому числі апробацію роботи в окремих підрозділах менеджерів галузевиків на повне або часткове завантаження.

**Висновки.** На основі вищевикладеного можна зробити висновок. Збільшення конкурентної здатності на ринку промислової автоматики слід забезпечувати за рахунок збільшення інноваційної сприйнятливості організаційно управлінської структури комерційної служби.

У цій статті розглянуті питання переходу з регіонального принципу роботи на галузевий. Запропоновані зміни у відповідних структурах служби. Намічені нові взаємозв'язки як усередині комерційної служби так і у підрозділах, які забезпечують та обслуговують. Зроблений висновок, що ці структури слід удосконалювати з позиції потреб замовників в комплексних системах промислової автоматики.

Одним з важливих заходів є процес підготовки навчання і збільшення кваліфікації та мотивації персоналу, а токож служб, що приймають участь у зміні схем роботи. Усе це збільшує ефективність роботи підприємства за рахунок розвитку ринків продажів.

**Список літератури**

1. *Аістова М. Д.* Реструктуризація підприємств: питання управляння. Стратегії, координація структурних параметрів, зниження опору / Аістова М. Д. – М. : Альпіна Паблішер, 2002. – 354 с.

2. *Бабіч О. В.* Реструктуризація підприємства: основні поняття та етапи : навч. посібник Бабіч О. В.– Економіка та підприємництво.– 2013.– №12-3(41-3).– 126 с.

3. *Бабіч О. В.* Реструктуризація підприємництва: сутність та визначення : навч. посібник Бабіч О. В.– Учбові записки РАП.– 2013.– №36.– 58 с.

4. *Матросов О. Д., Дюжев В. Г., Матросова В. О.* Управляння персоналом: підруч. для студ. ВНЗ. [та ін.]. – Х : НТУ «ХПІ», 2007. – 224 с.

5 *Бойченко О.І.* Результати аналізу аналітичних матеріалів по розвитку організаційно управлінських структур підприємств промислової автоматики

**Bibliography (transliterated):**

1 Aistova M. D. Restrukturyzatsiya pidpryyemstv: pytannya upravlyannya. Stratehiyi, koordynatsiya strukturnykh parametriv, znyzhennya oporu / Aistova M. D. − Moscow. : Al'pina Pablisher, 2002. − 354 p.

2. Babich O. V. *Restrukturyzatsiya pidpryyemstva : osnovni ponyattya ta etapy :* navch. posibnyk Babich O. V.− Ekonomika ta pidpryyemnytstvo.− 2013.− No 12-3(41-3).− 126 p.

3. Babich O. V. *Restrukturyzatsiya pidpryyemnytstva : sutnist' ta vyznachennya* : navch. posibnyk Babich O. V.− Uchbovi zapysky RAP.− 2013.− No36.− 58 p.

4. Matrosov O. D., Dyuzhev V. H., Matrosova V. O. *Upravlyannya personalom : pidruch. dlya stud. VNZ. [ta in.].* − Kharkiv : NTU «KhPI», 2007. − 224 p.

5. Boichenko O.I. Rezultati analizu analitichnih materialiv po rozvitku organizacionno upravlencheskih struktur predpriytii promislovoi avtomatiki.

*Надійшла (received) 22.09.2017*

*Бібліографічні описи / Библиографические описания / Bibliographic descriptions*

**Підвищення інноваційної сприятливості персоналу комерційної служби підприємств промислово автоматики / В.Г. Дюжев, О.І. Бойченко //** Вісник НТУ “Харківський політехнічний інститут” (економічні науки). – Х.: НТУ „ХПІ”. - 2017. - № 45(1266).- С. 42-46 . Бібліогр. 5 назв. – ISSN 2519-4461.

**Повышение инновационной благоприятности персонала коммерческой службы предприятий промышленно автоматика / В.Г. Дюжев, О.І. Бойченко //** Вестник НТУ “Харьковский политехнический институт” (экономические науки). – Х.: НТУ „ХПИ”. - 2017. - № 45(1266).- С. 42-46 . Библиогр.: 5 названий. – ISSN 2519-4461.

**Increase of innovative favourableness of personnel of commercial service of enterprises industrially automations / of В.Г. Дюжев, О.І. Бойченко** // Bulletin of NTU "Kharkiv Polytechnic Institute" (economic sciences). – Kharkiv.: NTU "KhPI". - 2017. - № 45(1266).- P. 42-46 . Bibliogr.: 5 names. – ISSN 2519-4461.

*Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors*

***Дюжев Віктор Геннадьевич*** - доктор економічних наук, професор кафедри організації виробництва і управління персоналом Національний технічний університет "Харківський політехнічний інститут" м. Харків; тел.: +38 (050)860-84-27; e-mail: ekosistema909@gmail.com.

***Дюжев Виктор Геннадьевич*** – доктор экономических наук, профессор кафедры организации производства и управления персоналом Национальный технический университет "Харьковский политехнический институт" г. Харьков**;** тел.: +38 (050) 860-84-27; e-mail: ekosistema909@gmail.com**.**

***Dyuzhev Viktor Gennadievich*** - Doctor of Economics, Professor of the Department of Production and Personnel Management of National Technical University "Kharkiv Polytechnical Institute"; tel .: +38 (050) 860-84-27; e-mail: ekosistema909@gmail.com**.**

***Бойченко Олег Игоревич* –** аспирант, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», тел.: +38 (050) 184-28-23; e-mail: olegmet3000@ukr.net.

***Бойченко Олег Игоревич*** - аспирант, Национальный технический университет "Харьковский политехнический институт", тел.: +38 (050) 184-28-23; e - mail: olegmet3000@ukr.net.

***Boichenko Oleg Igorevich*** **-** PhD student, National Technical University "Kharkiv Polytechnical Institute", tel .:+38 (050) 184-28-23; e mail: olegmet3000@ukr.net

…

УДК 519.2

***С. В. ГЛУХОВА, К. В. ЛЕГКОБИТ***

# СУТНІСТЬ КАДРОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПІДПРИЄМСТВА В СТРАТЕГІЧНОМУ АСПЕКТІ

У статті досліджено економічну сутність кадрового забезпечення на основі систематизації наукових позицій вчених щодо даної проблематики. У результаті компаративного аналізу визначених підходів уточнено сутність поняття «кадрове забезпечення» підприємства та його економічний зміст. На основі аналізу виокремлених функціональних ознак кадрового забезпечення визначено його відповідність сучасним вимогам стратегічного розвитку підприємтва та зроблено відповідні висновки щодо функцій й ролі кадрового забезпечення.

**Ключові слова:** ефективність, підприємство, кадрове забезпечення, стратегічний розвиток

В статье исследовано экономическую сущность кадрового обеспечения на основе систематизации научных позиций ученых по данной проблематике. В результате сравнительного анализа определенных подходов уточнена сущность понятия «кадровое обеспечение» предприятия и его экономическое содержание. На основе анализа выделенных функциональных признаков кадрового обеспечения определено его соответствие современным требованиям стратегического развития пидприемтва и сделаны соответствующие выводы относительно функций и роли кадрового обеспечения.

**Ключевые слова:** эффективность, предприятие, кадровое обеспечение, стратегическое развитие

The article analyzes the economic essence of personnel provision on the basis of systematization of scientific positions of scientists in relation to this problem. As a result of the comparative analysis of the identified approaches, the essence of the concept of "staffing" of the enterprise and its economic content is specified. Personnel support is an integral part of all management activities. It aims to create a cohesive, responsible, highly developed and highly productive labor collective. The activities of the personnel services staffing of the organization consists of activities for the planning, recruitment and placement of personnel, the formation of a team of employees in the organization of daily work with personnel.
The head of any enterprise must take into account that the organizational structure and staffing have an impact on the effectiveness of the entire work process. Therefore, the issue of planning, forming and accounting of the composition and structure of personnel of the organization becomes relevant for today's managers. This will enable them to identify the capabilities of the staffing of the company and to use it effectively. On the basis of the analysis of the isolated functional features of personnel supply, its conformity with the modern requirements of the strategic development of the enterprise has been determined and appropriate conclusions regarding the functions and the role of personnel support have been made.

**Keywords:** efficiency, enterprise, staffing, strategic development.

**Вступ.** Сучасні умови функціонування вітчизняних підприємств, які характеризуються підвищеною мінливістю зовнішнього середовища, посиленою конкуренцією та підвищеними вимогами до якості виробництва, загострюють питання кадрового забезпечення підприємницької діяльності як одного з найважливіших чинників виробництва.

Кадрове забезпечення — комплекс дій, направлених на пошук, оцінку і встановлення заздалегідь передбачених стосунків з робочою силою як в самій компанії для подальшого просування по кар'єрній драбині, так і поза її межами для нового найму тимчасових або постійних робітників.

Для повноцінного комплектування персоналу підприємству необхідно враховувати усі особливості джерел, засобів та методів пошуку працівників, зіставляти таку інформацію з потребами, фінансовим становищем, особливостями виробництва та праці підприємства для прийняття виважених рішень про використання комплексу засобів, які дозволили б якнайшвидше та найякісніше знайти та залучити до роботи необхідних фахівців.

В основі кадрового забезпечення механізму управління лежить планування персоналу. Застосовувані дотепер методи кадрового планування не завжди дозволяють правильно визначити потреби підприємства в управлінському персоналі, у тому числі з підсистеми управління. Існують проблеми з визначенням кваліфікаційних вимог.

Ефективна система кадрового забезпечення покликана створювати умови для мотивації, більш високої продуктивності праці і задоволеності роботою. Вона, також, дозволяє керівнику отримати необхідну інформацію про працівників (кваліфікаційна, статевовікова, національна структура, тощо) з метою підвищення продуктивності їх праці.

На кожному підприємстві ефективна система кадрового забезпечення покликана створювати умови для мотивації, більш високої продуктивності праці і задоволеності роботою. Вона, також, дозволяє керівнику отримати необхідну інформацію про працівників (кваліфікаційна, статевовікова, національна структура, тощо) з метою підвищення продуктивності їх праці.

Керівнику будь-якого підприємства необхідно враховувати, що організаційна структура і склад кадрів мають вплив на ефективність всього трудового процесу. Тому, актуальним для керівників, сьогодні, стає питання планування, формування та обліку складу і структури кадрів організації. Це дозволить їм визначити можливості кадрового складу підприємства і ефективно використовувати його.

Кадрове забезпечення є складовою частиною всієї управлінської діяльності. Воно має на меті створити згуртований, відповідальний, високорозвинений і високопродуктивний трудовий колектив. Діяльність служб персоналу з кадрового забезпечення організації складається з заходів з планування, набору і розстановки персоналу, формування трудового колективу в рамках організації щоденної роботи з персоналом.

Окрім цього, раціональне кадрове забезпечення підприємства відіграє важливу роль у підвищенні ефективності суспільного виробництва та рівня життя всього населення. Тому від того, наскільки раціонально воно сформоване, багато в чому залежить економічний потенціал кожного виду

© К. В. Легкобит, С. В. Глухова, 2017

економічної діяльності, темпи його розвитку, зростання соціального та культурного рівня життя найманих працівників та роботодавців, становлення повноцінних відносин соціального партнерства**.**

**Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими чи практичними завданнями.** Уточнення сутності поняття «кадрове забезпечення», яке дотягатиметься за рахунок вирішення наступних задач: групуванні наукових підходів до трактування кадрового забезпечення, їх систематизації та компаративного аналізу.

В процесі дослідження застосовано методи аналізу, синтезу, систематизації, узагальнення, групування, графічної побудови.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій, у яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спирається автор.** Актуальність питання кадрового забезпечення підприємства та шляхи його поліпшення в умовах нових економічних відносин визначається тим, що в умовах перевищення пропозиції робочої сили над попитом, низької вартості робочої сили, її невідповідності реальній вартості, наявності значних масштабів нерегламентованої зайнятості важливого значення набуває виявлення резервів підвищення ефективності використання зайнятих у всіх видах економічної діяльності.

Для вирішення даного завдання необхідно мати достовірну інформацію про кадрове забезпечення окремого виду економічної діяльності, регіону та суспільного виробництва в цілому, яке формується під впливом різноманітних факторів та умов.

Наявний цілий ряд робіт вчених (В.А. Архипов, Л.О. Кості, Е.В. Маслов та ін.), у яких за часів адміністративно-командної економіки досліджувалася сутність поняття - „кадрове забезпечення", однак і за його розгляду єдина точка зору серед них була відсутня.

На даний час використовуються різноманітні категорії і поняття, які пояснюють поняття «кадрове забезпечення» [1-10], однак погляди наукових різняться щодо його складу, функціонального та змістового наповнення та місця в управлінні підприємством, що обумовлено багатогранністю сутності даного поняття, представленої в науковій літературі.

**Викладення основного матеріалу дослідження.** В результаті опрацювання наукової літератури позиції науковців щодо трактування поняття «кадровее забезпечення» можна вирізняти за двома основними підходами – широкому та вузькому, у межах яких простежуються окремі спрямування.

Згідно широкого підходу «кадрове забезпечення» розуміється як кадри підприємства, сукупність постійно працюючих працівників, які мають необхідну професійну підготовку, практичний досвід, навики роботи.

За даним підходом можна виділити наступні напрями, які вчені позиціонують за системним, організаційним або комплексним принципами, а саме:

- систему складових частин [11]. Уже саме об'єднання працівників у єдиний і планомірно організований процес праці породжує ефект колективної праці, що перевершує суму сил працівників, що діють індивідуально – системний підхід.
- як комплекс дій [12] , направлених на пошук, оцінку і встановлення заздалегідь передбачених стосунків з робочою силою як в самій компанії для подальшого просування по кар'єрній драбині, так і поза її межами для нового найму тимчасових або постійних робітників – організаційний підхід.
- окремий напрям кадрової політики підприємства [13] – комплексний підхід.

Такий погляд є узагальненим та не може бути прийнятим як самостійний в управлінському процесі, оскільки не достатньо відображає відповідність кадрового забезпечення базовим функціям управління, якісне розподілення кадрових ресурсів та їх потенціал.

Вузький підхід, розглядає кадрове забезпечення у розрізі індивідуальних трудових потенціалів окремих працівників. При цьому розуміння кадрового забезпечення за цим підходом різняться відповідно до функціонального та якісного наповнення персоналу.

Основні напрями, які можна виділити в цьому підході наступні:

- основний склад кваліфікованих робітників підприємства, фірми, організації. [14] І. О. Сафронов
- частина робітників, яка володіє професійною здатністю до праці, тобто має спеціальну підготовку [15] Н. А. Волгін, Ю. Г. Одєгов

Представленні позиції у вузькому підході є достатньо обґрунтованими проте за своїм змістом виключають управлінську характеристику кадрового забезпечення а також акцентують увагу виключно та технічних можливостях персонал та його штатні характеристики.

Таким чином, виявлені в наукові літературі наукові підходи мають певні розбіжності за своєю сутністю та можуть бути систематизовані із виділенням низки підходів, кожен з яких має свої переваги та недоліки ( таблиця 1.1)

Таким чином, проведений аналіз виявив відсутність єдиної позиції щодо трактування терміну «кадрове забезпечення» підприємства. Кожен з представлених підходів заслуговує на увагу, однак, не зважаючи на широту розуміння поняття кадрового забезпечення, наявні певні суперечливі моменти, що унеможливлює застосування жодного з них в первісному вигляді.

Таблиця 1 – Систематизація підходів до визначення категорії «кадрове забезпечення»

| Підхід | Напрям | Авторські зауваження |
|---|---|---|
| Широкий | Системний | Обмежує сутність кадрового забезпечення певною кадровою сукупністю, виключаючи якісний показник |
| | Огранізаціний | Кадрове забезпечення виступає окремим елементом організаційних відносин на підприємстві, які чітко регламентують кого дій персоналу та виключають можливості формуванні потужного кадрового потенціалу |
| | Комплексний | Розглядає кадрове забезпечення як інструмент управління підприємства в цілому, не виокремлюючи при цьому окремі характеристики, загрози та можливості якісного складу працівників |
| Вузький | Кваіфікаційний | Приділяє увагу виключно нормованим характеристикам персоналу, зміщуючи сутність кадрового забезпечення у бік якісного оцінювання самих працівників, а не їх взаємодії їх підприємницьким сесредовищем в цілому |
| | Професійно-орієнтований | |

Для визначення оптимальної сутності категорії «кадрове завезення» доцільно в першу чергу звернути увагу на сучасні вимоги до вітчизняних суб'єктів господарювання та відповідно працівників. Головною особливістю сьогодення, на наш погляд, є стратегічна орієнтація діяльності підприємств.

Беручи до уваги те, що стратегія у сучасній науці розглядається як результат, як сукупність взаємозалежних рішень, що визначають пріоритетні напрямки використання ресурсів, зусиль підприємства для реалізації його місії, забезпечення довгострокових конкурентних переваг на цільових ринках, як засіб реалізації інтересів підприємства [16] кадрове забезпечення э ключовим у її реалізації.

Від якості персоналу, управлінської волі керівників, щільності організаційних зав'язків та сили корпоративної культури залежить ступінь реалізації стратегії та її відповідність первісним завданням у довгостроковій перспективі. Оскільки сам персонал є безпосереднім виконавцем стратегічних змін та одночасно основним джерелом опору їм, й відповідно загрозою реалізації стратегічних напрямів на підприємстві.

Базуючись, на цьому, в роботі пропонується розуміти під кадровим забезпеченням окрему управлінську функцію, яка реалізується шляхом гнучкої багатоетапної кадрової політики (підбір, поточне оцінювання, мотивація персоналу) та формується відповідно до стратегічних задач підприємства.

**Висновки.** Представлене авторське бачення кадрового забезпечення підприємства є комбінаторним та відображає інтегральну сукупність найбільш поширених в науковій літературі підходів до його тлумачення, що відповідає стратегічним вимогам сучасного етапу розвитку економіки та буде покладено в основу подальших досліджень з обґрунтування його складу та відповідної кадрової політики вітчизняних підприємств.

**Список літератури.**


1. *Дубенко С.* Ефективна кадрова політика ключове завдання посилення дієздатної держави: Зб. наук. пр. УАДУ. – К.: Вид-во УАДУ, 2000. – Вип. 2. – Ч. 3. – С. 50.
2. *Кагановська Т.Є.* Сутність та завдання кадрового забезпечення як засобу сприяння функціонуванню держави та її органів / Т.Є. Кагановська // Форум права. -2008. -№ 1. – С. 215-220 [Електронний ресурс]. URL: http://www.nbuv.gov.ua/e-journals/FP/2008-1/08ktetio.pdf (Дата звернення: 26.09.2017)..
3. *Алехин Э. В.* Управление региональной экономикой. Учебное пособие / Э. В. Алехин. – Пенза : 2011. – 227 с.
4. *Кагановська Т.Є.* Кадрове забезпечення державного управління в Україні: Монографія. – Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2010. – 330 с.
5. *Кагановська Т.Є.* До питання визначення сфери кадрового забезпечення державного управління // Форум права. -2008. - № 2. – С. 202-209 [Електронний ресурс]. URL: http://www.nbuv.gov.ua/e-journals/FP/2008-2/08ktezdu.pdf (Дата звернення: 26.09.2017).
6. *Ілюшина О.Н.* Теоретико-методологічні основи кадрового забезпечення курортно-туристичного регіону: сутність, структура, особливості [Електронний ресурс]. URL: http://www.sworld.com.ua/konfer30/1072.pdf (Дата звернення: 26.09.2017).
7. *Левченко К. Б.* Проблеми кадрового забезпечення процесів формування тендерної політики в Україні / К. Б. Левченко // Право і безпека. – 2004. – № 1. – С. 108-112
8. *Бачевський Б. Є.* Потенціал і розвиток підприємства: Навч. пос. / Б. Є. Бачевський, І. В. Заблодська, О. О. Решетняк. - К.: Центр учбової літератури, 2009. - 400 с
9. *Череп О. Г.* Вдосконалення системи управління персоналом з урахуванням зарубіжного досвіду / О. Г. Череп, О. О. Андрющенко // Актуальні питання економіки праці та сучасні проблеми управління персоналом. Монографія. – Запоріжжя: ЗНУ, 2011. - С. 174- 186.
10. *Верхоглядова, Н. І.* Методики оцінювання економічного потенціалу підприємства / Н. І. Верхоглядова, Г. С. Макарова [Електронний ресурс]. URL: http://www.nbuv.gov.ua (Дата звернення: 26.09.2017).
11. *Вотякова, И. В.* Оценка эффективности инновационного развития кадрового потенциала социально-экономической системы: современный аспект/ И. В. Вотякова // Управление персоналом. – 2009. – № 4. – С.44-46.
12. *Гринева, В. Н.* Оценка уровня кадрового потенциала промышленных предприятий / В. Н. Гринева, А. И. Писаревская [Электронный ресурс URL: http://www.nbuv.gov.ua (Дата звернення: 26.09.2017).
13. *Пастухова В. В.* Стратегічне управління підприємством: філософія, політика, ефективність: [моногр.] / В. В. Пастухова. - К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т.- 2002.- 302 с.
14. *Бачевський Б. Є.* Потенціал і розвиток підприємства: Навч. пос. / Б. Є. Бачевський, І. В. Заблодська, О. О. Решетняк. - К.: Центр учбової літератури, 2009. - 400 с
15. *Анненкова Е. Н.* Управление развитием трудового потенциала современной организации : Дис. канд. экон. наук : 08.00.05 Саратов, 2005 182 с

16. *Череп О. Г.* Вдосконалення системи управління персоналом з урахуванням зарубіжного досвіду / О. Г. Череп, О. О. Андрющенко // Актуальні питання економіки праці та сучасні проблеми управління персоналом. Монографія. – Запоріжжя: ЗНУ, 2011. - С. 174- 186.

**References (transliterated):**

1. Dubenko S. *Effective personnel policy key task of strengthening the able-bodied state:* Coll. sciences UADU. - Kiev .: View of UADU, 2000. - Vip. 2. - Part 3 - P. 50.
2. Kaganovska T. Y. *Essence and tasks of staffing as a means to promote the functioning of the state and its bodies* / T.E. Kaganovsky // Forum of rights. -2008 № 1. - P. 215-220 [Electronic resource]. URL: http://www.nbuv.gov.ua/e-journals/FP/2008-1/08ktetio.pdf (Date of appeal: 09/26/2017).
3. Alekhine E. B. *Management of the regional economy.* Tutorial / E. V. Alekhin - Penza: 2011. - 227 p.
4. Kaganovska T. Y. *Human Resources Support of Public Administration in Ukraine: Monograph.* - Kharkov.: VN Karazin, 2010.
5. Kaganovska T.E. *On the issue of determining the scope of staffing of public administration // Forum of rights.* -2008 №. 2. - P. 202-209 [Electronic resource]. URL: http://www.nbuv.gov.ua/e-journals/FP/2008-2/08ktezdu.pdf (Date of appeal: 09/26/2017).
6. Iyushina O.N. *Theoretical and methodological foundations of personnel provision of the resort and tourist region: the essence, structure, features* [Electronic resource]. URL: http://www.sworld.com.ua/konfer30/1072.pdf (Date of appeal: 26.09.2017).
7. Levchenko K. B. *Problems of personnel provision of processes of forming a tender policy in Ukraine* / K. B. Levchenko // Law and safety. - 2004. - №. 1. - P. 108-112.
8. Bachevsky B. E. *Potential and development of the enterprise:* Teaching. pos / B. E. Bachevsky, I. V. Zablodskaya, O. A. Reshetnyak. - K .: Center for Educational Literature, 2009. P. 400.
9. Skorp O. G. *Improvement of the personnel management system taking into account foreign experience* / O.G. Cherep, O.O. Andryushchenko // *Current issues of labor economics and modern problems of personnel management.* Monograph. - Zaporozhe: ZNU, 2011. - P. 174-186.
10. Verhozhlyadova, N.I. *Methods of evaluation of the economic potential of the enterprise* / N.I. Verhoglyadova, G.S. Makarova [Electronic resource]. URL: http://www.nbuv.gov.ua (Date of appeal: 09/26/2017).
11. Votiakova, IV. *Evaluation of the effectiveness of innovative development of human resources potential of the socio-economic system: the modern aspect* / IV Votyakova // Human Resources Management. - 2009. - №. 4. - P.44-46.
12. Grineva, V.N. *Estimation of the level of personnel potential of industrial enterprises* / VN Grineva, AI Pisarevskaya [Electronic resource URL: http://www.nbuv.gov.ua (Date of appeal: 09/26/2017) .
13. Pastukhova VV *Strategic management of the enterprise: philosophy, politics, efficiency*: [monogr.] / V.V. Pastukhova. - Kyiv: Kyiv. nats trad.-ekon. Un-t. P. 2002- 302.
14. Bachevskiy B. E. *Potential and development of the enterprise*:: Navch. pos. / B. E. Bachevskiy, I. V. Zablodska, O. O. Reshetnyak. K., 2009. P. 400.
15. Annenkova E. N. *Management of the development of the labor potential of a modern organization*: Saratov, 2005. P. 182.
16. Cherep O. G. *Improvement of personnel management system taking into account foreign experience* / O. G. Cherep, O. O. Andryuschenko // Topical issues of labor economics and modern problems of personnel management. Monograph. - Zaporozhe: 2011. P. 174- 186.

*Надійшла (received) 25.09.2017*

*Бібліографічні описи / Библиографические описания / Bibliographic descriptions*

**Сутність кадрового забезпечення підприємства в стратегічному аспекті / С. В. Глухова, К. В. Легкобит** // Вісник НТУ “Харківський політехнічний інститут” (економічні науки). – Х.: НТУ „ХПІ”. - 2017. - № 45(1266).- С. 47-50 . Бібліогр. 16 назв. – ISSN 2519-4461.

**Сущность кадрового обеспечения в стратегическом аспекте / С. В. Глухова, К. В. Легкобит //** Вестник НТУ “Харьковский политехнический институт” (экономические науки). – Х.: НТУ „ХПИ”. - 2017. - № 45(1266).- С. 47-50 . Библиогр.: 16 названий. – ISSN 2519-4461.

**The essence of staffing of the enterprise in the strategic aspect / SV Glukhova, K. V. Legkobit //** Bulletin of NTU "Kharkiv Polytechnic Institute" (economic sciences). – Kharkiv.: NTU "KhPI". - 2017. - № 45(1266).- P. 47-50 . Bibliogr.: 16 names. – ISSN 2519-4461.

*Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors*

***Глухова Світлана В’ячеславівна*** – кандидат економічних наук, доцент Національного технічного університету «Харківського політехнічного інституту». *(066) 145-12-16*, e-mail: gluxova@ukr.net

***Глухова Светлана Вячеславовна*** – кандидат экономических наук, доцент Национального технического универеситета «Харьковского политехнического института». *(066) 145-12-16*, e-mail: gluxova@ukr.net

***Glukhova Svetlana Vyacheslavovna*** - candidate of economic sciences, associate professor National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute». *(066) 145-12-16*, e-mail: gluxova@ukr.net

***Легкобит Кристина Володимирівна*** – студент магістр Національного технічного університету «Харківського політехнічного інституту». *(095) 157-30-49*, email: legkobit22@gmail.com

***Легкобит Кристина Владимировна*** – студент магистр Национального технического универеситета «Харьковского политехнического института». *(095) 157-30-49*, email: legkobit22@gmail.com

***Legkobit Kristina Vladimirovna*** – student master National Technical University «Kharkiv Polytechnic Institute». *(095) 157-30-49*, email: legkobit22@gmail.com

УДК 330.341.1

***П.Г.ПЕРЕРВА***

# ЕКОНОМІКО-ОРГАНІЗАЦІЙНІ ЗАСАДИ ІННОВАЦІЙНОЇ ТА ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

В статті розглянуто питання розвитку теоретичних основ інноваційно-інвестиційної діяльності промислового підприємства. В якості об'єкту дослідження вибрано машинобудівні підприємства Харківського промислового регіону. Значна увага приділена питанням економічної ефективності (результативності, економічності) здійснення інноваційно-інвестиційної діяльності підприємства, створенню та використанню нового виробу, промислового комплексу або технології є важливим завданням для промислових підприємств (в особливій мірі це відноситься до машинобудівних підприємств), галузей промисловості, регіонів, держави в цілому, розробників інноваційної продукції, споживачів і постачальників підприємства, фінансових інститутів та інших суб'єктів ринкової економіки. Зроблено висновок про те, що для оцінки вкладу в економічну ефективність окремих елементів підприємства, а також для оцінки ефективності проведених в організації заходів, в тому числі інновацій необхідне уточнення і розвиток методологічної бази. Розробки автора апробовані на конкретних машинобудівних підприємствах.

**Ключові слова:** ціна, маркетинг, промислове підприємство, якість, конкурентоспроможність, інноваційна продукція

В статье рассмотрены вопросы развития теоретических основ инновационно-инвестиционной деятельности промышленного предприятия. В качестве объекта исследования выбрано машиностроительные предприятия Харьковского промышленного региона. Значительное внимание уделено вопросам экономической эффективности (результативности, экономичности) осуществление инновационно-инвестиционной деятельности предприятия, созданию и использованию нового изделия, промышленного комплекса или технологии является важной задачей для промышленных предприятий (в особой степени это относится к машиностроительных предприятий), отраслей промышленности, регионов, государства в целом, разработчиков инновационной продукции, потребителей и поставщиков предприятия, финансовых институтов и других субъектов рыночной экономики. Сделан вывод о том, что для оценки вклада в экономическую эффективность отдельных элементов предприятия, а также для оценки эффективности проводимых в организации мероприятий, в том числе инноваций необходимо уточнение и развитие методологической базы. Разработки автора апробированы на конкретных машиностроительных предприятиях.

**Ключевые слова:** цена, маркетинг, промышленное предприятие, качество, конкурентоспособность, инновационная продукция

The article deals with the development of theoretical foundations of innovation-investment activity of an industrial enterprise. As a research object, the machine-building enterprises of the Kharkiv industrial region were selected. Considerable attention is paid to the issues of economic efficiency (efficiency, cost effectiveness) of innovation and investment activity of an enterprise, the creation and use of a new product, industrial complex or technology is an important task for industrial enterprises (this applies in particular to machine-building enterprises), industries, regions, the state as a whole, developers of innovative products, consumers and suppliers of enterprises, financial institutions and other market economy subjects. It is concluded that in order to assess the contribution to the economic efficiency of individual elements of the enterprise, as well as to assess the effectiveness of activities undertaken in the organization, including innovations, it is necessary to clarify and develop the methodological framework. The author's development has been tested on concrete machine-building enterprises.

**Key words:** price, marketing, industrial enterprise, quality, competitiveness, innovative products

**Вступ.** Вичерпання чинників екстенсивного економічного розвитку обумовлює постійне посилення уваги до пошуку нових факторів прискорення економічної динаміки, адекватних сучасному стану розвитку світової економіки. Відтак запровадження в Україні інвестиційно-інноваційної моделі економічного зростання з політичної мети перетворюється на об'єктивну необхідність, альтернативою якій є занепад національної економіки, втрата економічного, а, можливо, й національного суверенітету.

Нині йдеться вже не про доцільність чи можливість створення системи підтримки технологічних змін, а про концептуальні основи, критерії, інструменти й механізми економічної політики, яка в рамках нинішніх фінансових, структурних та інституційних обмежень була б спроможною забезпечити зростання інвестицій у технологічні зміни та належну мотивацію інноваційного підприємництва.

Економічний розвиток та престиж держави сьогодні вимірюються здатністю до швидкого та ефективного реагування на технологічні зміни шляхом активізації розробки, впровадження та поширення нововведень. Інноваційні процеси на всіх рівнях національної економіки постійно ускладнюються через прискорення темпів НТП та посилення вимог до ефективності використання обмежених ресурсів. Особливого значення в таких умовах набувають проблеми формування ефективної системи управління інноваційними та інвестиційними процесами з метою найбільш повної реалізації наявного наукового, технічного, інвестиційного та інноваційного потенціалу національної економіки.

**Постановка проблеми.** Підвищення ефективності інноваційно-інвестиційної діяльності передбачає постійне проведення відповідного теоретичного забезпечення. Для формування показників інноваційно-інвестиційної діяльності доцільно розробити основні положення економічного та організаційного забезпечення.

**Аналіз останніх публікацій.** Дане дослідження базується на методологічних і теоретичних розробках питань вживання програмно-цільового методу при здійснення економічного та організаційного забезпечення інноваційно-інвестиційної діяльності промислових підприємств. Ці питання досить широко представлені в наукових працях вітчизняних і зарубіжних учених. Проблеми формування інноваційної економіки, розвитку людського потенціалу, підвищення ефективності інвестицій і вживання програмно-цільового підходу для вирішення цих завдань в українській економічній літературі глибоко досліджені в роботах Л.С.Кобиляцького [1], О.П.Косенко [2, 3],

© П.Г. Перерва, 2017

А.В.Косенко [4], Т.О.Кобєлєвої [5], Побережної Н.М. [6, М.І.Погорєлова [7], О.М.Савенкової [8], М.М.Ткачова [9], Н.П.Ткачової [10], В.Л.Товажнянского [11], В.Г.Федоренко [12] і інших учених [13-15]. Основна увага в цих публікаціях приділяється організації інноваційної та інвестиційної діяльності на промисловому підприємстві. Разом з тим, наш погляд, потребують більш широкого висвітлення питання економичної оцінки інноваційних та інвестиційних проектів, їх комерційна доцільність для промислового підприємства.

**Основна частина.** При проведенні ***техніко–економічного аналізу*** інноваційної та інвестиційної діяльності промислового підприємства розглядаються питання технічних можливостей, питання ринку збуту та закупівель, потреб матеріалів із урахуванням використовуваної техніки тощо, при цьому враховується потреба в додатковій інформації з боку потенційних партнерів та інвесторів. У загальному випадку техніко–економічний аналіз інноваційної та інвестиційної розбивають на такі пункти [1]:

1. *Передісторія та зародження проекту*. Зазначається ім'я та адреса ініціатора проекту, галузь і мета інноваційно-інвестиційної діяльності, орієнтація проекту (наприклад, на збут чи на сировинну базу), орієнтація проекту на внутрішній ринок або на експорт, політико–економічна підтримка проекту.

2. *Ринок збуту та виробничі потужності*. Аналізується річний попит для всієї економіки та регіону, досліджується тенденція розвитку на ринку збуту, виробнича програма, експорт та імпорт продукції галузі, абсолютна виробнича потужність та порівняння з обсягами всього ринку.

3. *Ринки матеріалів та інших ресурсів*. Розглядаються питання наявності сировини, основних та допоміжних виробничих матеріалів, комплектуючих виробів, наявність комунікацій, тенденції розвитку на ринках закупівель (ціни та обсяги), конкретизується необхідність у ресурсах тощо.

4. *Місцезнаходження*. Необхідно представити точні дані про місцезнаходження, клімат, можливості забезпечення землею, відстань до ринків сировини та інших закупівельних ринків, відстань до ринків збуту, потенціал робочої сили в регіоні, транспортну систему.

5. *Техніка проекту*. Вибраний спосіб виробництва, необхідне обладнання, інженерне забезпечення.

6. *Юридична форма* та організаційна структура, а також інші витрати на організацію.

7. *Потреба в робочій силі* для проекту, при цьому виділяють кваліфікованих та некваліфікованих робочих та менеджерів.

8. *Визначення термінів* реалізації проекту. Визначається тривалість різних етапів проекту та тривалість можливих випробувань.

***Фінансовий аналіз*** складається з таких етапів:

1.Спільне представлення грошових потоків надходжень та виплат інноваційного та інвестиційного проекту.

2. інноваційної та інвестиційної Представлення джерел фінансування (власний та позиковий капітал).

3. Складання планових балансів для зовнішнього представлення, планування ліквідності.

4. Розрахунок економічної ефективності.

5. Оцінка проекту за допомогою стандартних критеріїв інвестиційних розрахунків.

***Загальноекономічний аналіз*** включає опис загальної економічної ситуації, витрат та переваг проекту, які торкаються національних економічних суб'єктів, переоцінку витрат та результатів по національно–економічних критеріях тощо.

Необхідно здійснити екологічну та соціальну експертизу майбутнього проекту та зробити загальні висновки.

***Екологічна експертиза*** дозволяє оцінити вплив проекту на навколишнє середовище за такими напрямками:

забруднення повітряного басейну, ґрунтів та водоймищ;

зниження біологічної різноманітності;

перевезення, використання або віддалення небезпечних чи токсичних відходів;

засоленість та заболоченість земель.

***Соціальна експертиза*** дозволяє визначити масштаби впливу проекту на соціальне середовище, вигоди, які отримають мешканці регіону від реалізації проекту, а також можливий негативний вплив проекту на населення.

Інноваційний проект може вважатися вивіреним і готовим для передачі на стадію детальної розробки та реалізації за дотримання таких умов:

– проведено відбір альтернативних варіантів проекту, визначено основні переваги та недоліки;

– ідентифіковано основні організаційні й політичні проблеми, які можуть вплинути на долю проекту, і визначено, як вони можуть бути розв'язані;

– визначено очікувані вигоди й витрати, можливий ризик та шанси реалізації;

– існує цілковита підтримка як влади, так і інших учасників проекту.

Якщо всі етапи попередньої експертизи дали позитивні результати, приймається рішення про доцільність виконання даного інноваційного проекту. Це рішення є необхідною, але недостатньою умовою здійснення проекту. Не менш важливим є обґрунтування економічної ефективності проекту, його комерційного потенціалу.

Питання економічної ефективності при плануванні проектів розглядаються в різних масштабах та на різних стадіях планування.

***Ефективність проекту*** характеризується системою показників, які виражають співвідношення переваг і витрат проекту з погляду його учасників. Відповідно розрізняють і методи, що застосовуються на окремих етапах планування та оцінки [1]:

– на етапі проведення технічного аналізу та при плануванні фінансування проекту, коли відомі не всі умови підприємницької діяльності, вибір здійснюється на практиці за допомогою спрощеного часткового аналізу;

– на вирішальній стадії оцінки необхідно розглянути проект в цілому, беручи до уваги результати часткового аналізу, а потім прийняти позитивне рішення або відхилити проект. Це здійснюється за допомогою глобальних моделей. Глобальними вони називаються тому, що дозволяють враховувати всі умови фінансової сфери.

Виділяють такі *показники ефективності інноваційного проекту:*

1. *Показники комерційної ефективності*, які враховують фінансові наслідки реалізації проекту для його безпосередніх учасників.

2. *Показники економічної ефективності*, які враховують народногосподарські вигоди й витрати проекту, включаючи оцінку екологічних та соціальних наслідків, і допускають грошовий вимір.

3. *Показники бюджетної ефективності*, які відображають фінансові наслідки здійснення проекту для державного та місцевого бюджетів.

Для розрахунку цих показників можуть використовуватись однакові формули, але значення вихідних показників для розрахунків істотно відрізнятимуться.

Залежно від тривалості циклу проекту оцінка показників ефективності може бути різною. Показники комерційної ефективності можуть розраховуватися не тільки на весь цикл проекту, а й на місяць, квартал, рік.

Розрізняють три основні *методи визначення ефективності проектів* на початкових етапах проведення технічного аналізу. Вони не враховують фактор часу або враховують його не повністю:

– порівняння витрат;

– порівняння прибутку;

– порівняння рентабельності, до якого відноситься як спеціальний випадок статистичний метод окупності (pay–back).

До найпростіших показників ефективності інноваційних проектів, які застосовуються при проведенні технічного аналізу, відносять:

– капіталовіддачу (річні продажі, поділені на капітальні витрати);

– оборотність товарних запасів (річні продажі, поділені на середньорічний обсяг товарних запасів);

– трудовіддачу (річні продажі, поділені на середньорічну кількість зайнятих робітників і службовців).

Однак ці показники відносяться до числа показників моментного статичного ряду і не враховують динамічних процесів у їх взаємозв'язку. Для оцінки ефективності інноваційних проектів доцільніше використовувати показники, які дають змогу розрахувати значення критеріїв ефективності проектів, беручи до уваги комплексну оцінку переваг і витрат, зміну вартості грошей у часі та інші чинники. Правильне визначення обсягу початкових витрат на проект є запорукою якості розрахунків окупності проекту.

При аналізі ефективності проекту використовують наступні показники:

1. *Сума інвестицій* – це вартість початкових грошових вкладень у проект, без яких він не може здійснюватись. Ці витрати мають довгостроковий характер. За період функціонування проекту протягом його "життєвого циклу", капітал, вкладений у такі активи, повертається у вигляді амортизаційних відрахувань як частина грошового потоку, а капітал, вкладений в оборотні активи, в тому числі в грошові активи, по закінченню "життєвого циклу" проекту має залишатися у інвестора у незмінному вигляді й розмірі. Сума інвестицій у фінансові активи являє собою номінальну суму витрат на створення цих активів.

2. *Грошовий потік* – дисконтований або недисконтований дохід від здійснення проекту, який включає чистий прибуток та амортизаційні відрахування, які надходять у складі виручки від реалізації продукції. Якщо у завершальний період "життєвого циклу" проекту підприємство–інвестор одержує кошти у вигляді недоамортизованої вартості основних засобів і нематеріальних активів та має вкладення капіталу в оборотні активи, вони враховуються як грошовий потік за останній період.

3. *Чиста теперішня вартість проекту – Net Present Value (NPV).* Це найвідоміший і найуживаніший критерій. У літературі зустрічаються й інші його назви: чиста приведена вартість, чиста приведена цінність, дисконтовані чисті вигоди. *NPV* являє собою дисконтовану цінність проекту (поточну вартість доходів або переваг від вкладених інвестицій). Чиста теперішня вартість проекту – це різниця між величиною грошового потоку, дисконтованого за прийнятної ставки доходності і сумою інвестицій. Для розрахунку *NPV* проекту необхідно визначити ставку дисконту, використати її для дисконтування потоків витрат та переваг і підсумувати дисконтовані вигоди й витрати (витрати зі знаком мінус). При проведенні фінансового аналізу ставка дисконту звичайно є ціною капіталу для фірми. В економічному аналізі ставка дисконту являє собою закладену вартість капіталу, тобто прибуток, який міг би бути одержаний при інвестуванні найприбутковіших альтернативних проектів. Якщо *NPV* позитивна, то проект можна рекомендувати для фінансування. Якщо *NPV* дорівнює нулю, то надходжень від проекту вистачить лише для відновлення вкладеного капіталу. Якщо *NPV* менша нуля – проект не приймається.

Розрахунок *NPV* виконується за такими формулами.

$$NPV = \sum_{t=1}^{n} \frac{B_t - C_t}{(1+i)^t}, \quad (1)$$

$$NPV = \sum_{t=1}^{n} \frac{B_t}{(1+i)^t} - \sum_{t=1}^{n} \frac{C_t}{(1+i)^t}, \quad (2)$$

де $B_t$ – вигоди проекту в рік $t$; $C_t$ – витрати на проект у рік $t$; $i$ – ставка дисконту; $n$ – тривалість (строк життя) проекту.

Основна перевага *NPV* полягає в тому, що всі розрахунки провадяться на основі грошових потоків, а не чистих доходів. Окрім того, ефективність головного проекту можна оцінити шляхом підсумовування *NPV* його окремих складових, тобто проектів, які входять до складу головного проекту. Це дуже важлива властивість, яка дає змогу використовувати *NPV* як основний критерій при аналізі інноваційного проекту. Основним недоліком *NPV* є те, що її розрахунок вимагає детального прогнозу грошових потоків на термін життя проекту. Часто робиться припущення про постійність ставки дисконту.

*4. Термін окупності інвестицій* – це час, протягом якого грошовий потік, одержаний інвестором від втілення проекту, досягає величини вкладених у проект фінансових ресурсів. У господарській практиці його можуть визначати без урахування необхідності грошових потоків у часі або з урахуванням такої необхідності.

*5. Термін окупності проекту – Payback Period (PBP)* використовується переважно в промисловості. Один із найбільш часто вживаних показників оцінки ефективності капітальних вкладень. На відміну від показників, які використовуються у вітчизняній практиці, показник «термін окупності капітальних вкладень» базується не на прибутку, а на грошовому потоці з приведенням коштів, які інвестуються в інновації та суми грошового потоку до

теперішньої вартості. Критерій прямо пов'язаний з відшкодуванням капітальних витрат у найкоротший період часу і не сприяє проектам, які дають великі вигоди лише згодом. Він не може слугувати за міру прибутковості, оскільки грошові потоки після терміну окупності не враховуються. Критерій найменших витрат (*НВ*) використовується тоді, коли оцінка переваг проекту складна й ненадійна. При цьому порівнюють наведені витрати за різними варіантами проекту і вибирають той, який при найменших витратах забезпечує найкращі результати. Критерій прибутку в перший рік експлуатації дає змогу перевірити, чи забезпечують вигоди за перший рік експлуатації проекту «достатню» дохідність. Порівнюється чистий дохід за перший рік експлуатації з капітальними витратами проекту, включаючи процентний дохід у період робіт по будівництву (береться накопичена сума процентів, а не наведені проценти). Якщо відношення переваг до витрат менше ціни капіталу, то проект, можливо, є передчасним, а при більшому відношенні можна зробити висновок, що з проектом, очевидно, припізнилися.

*6. Внутрішня норма рентабельності – Internal Rate of Return (IRR).* У літературі зустрічаються й інші назви: внутрішня ставка рентабельності, внутрішня ставка доходу, внутрішня норма прибутковості. Це рівень ставки дисконтування, при якому чиста приведена вартість проекту за його життєвий цикл дорівнює нулю. *IRR* проекту дорівнює ставці дисконту, при якій сумарні дисконтовані вигоди дорівнюють сумарним дисконтованим витратам, тобто *IRR* є ставкою дисконту, при якій *NVP* проекту дорівнює нулю. *IRR* дорівнює максимальному проценту за позиками, який можна платити за використання необхідних ресурсів, залишаючись при цьому на беззбитковому рівні. Розрахунок *IRR* проводиться методом послідовних наближень величини *NPV* до нуля при різних ставках дисконту. Розрахунки проводяться за формулою

$$\sum_{t=1}^{n} \frac{B_t - C_t}{(1+i)^t} = 0. \qquad (3)$$

На практиці *IRR* визначається за допомогою такої формули

$$IRR = A + \frac{a*(B-A)}{(a-b)}, \qquad (4)$$

де *A* – величина ставки дисконту, при якій *NPV* позитивна; *B* – величина ставки дисконту, при якій *NPV* негативна; *a* – величина позитивної *NPV* при величині ставки дисконту *A*; *b* – величина *NPV* при величині ставки дисконту *B*.

При застосуванні *IRR* виникають такі труднощі:

– неможливо дати однозначну оцінку *IRR* проектів, у яких зміна знака *NPV* відбувається більше одного разу;

– при аналізі проектів різного масштабу *IRR* не завжди узгоджується з *NPV*;

– застосування *IRR* неможливе для вибору альтернативних проектів відмінного масштабу, різної тривалості та неоднакових часових проміжків.

*7. Коефіцієнт переваг/витрат – Benefit/Cost Ratio (BCR).* Показник *BCR* показує відношення дисконтованих переваг до дисконтованих витрат. Формула його розрахунку має такий вигляд

$$BCR = \frac{\sum_{t=1}^{n} \frac{B_t}{(1+i)^t}}{\sum_{t=1}^{n} \frac{C_t}{(1+i)^t}}. \qquad (5)$$

Критерій відбору проектів полягає в тому, щоб вибрати всі незалежні проекти з коефіцієнтами *BCR*, більшими або рівними одиниці. При застосуванні цього критерію слід пам'ятати, що коефіцієнт *BCR* має такі недоліки:

– може давати неправильні ранжирування за перевагою навіть незалежних проектів;

– не годиться при виборі взаємовиключних проектів;

– не показує фактичну величину чистих переваг.

Показник *BCR* має кілька варіантів розрахунку.

*При жорстких обмеженнях на капітал, на відміну від обмежень як за капіталом, так і за поточними витратами*

$$BCR = (B - ПВ)/KB, \qquad (6)$$

де *ПВ* – поточні витрати; *КВ* – капітальні витрати.

*За наявності дефіцитних або унікальних ресурсів*

$$BCR = (B - C)/R, \qquad (7)$$

де *R* – вартість дефіцитних ресурсів (прикладом дефіцитних ресурсів може бути іноземна валюта).

Головною потенційною проблемою при застосуванні цих критеріїв є подвійний рахунок, якого слід уникати. Критерій *BCR* може бути використаний для демонстрації того, наскільки можливе збільшення витрат без перетворення проекту на економічно непривабливий. Основна перевага критерію полягає в можливості швидкого з'ясування його значень для оцінки впливу на результати проекту рівнів ризиків та непевностей.

*8. Індекс прибутковості* – Profitability Index (*PI*) є відношенням суми наведених ефектів (різниця переваг і поточних витрат) до величини інвестицій

$$PI = \frac{1}{K} * \sum_{t=1}^{n} \frac{B_t - C_t}{(1+i)^t}. \qquad (8)$$

Показник *PI* тісно пов'язаний з *NPV*. Якщо *NPV* позитивна, то й *PI* > 1, і навпаки, якщо *PI* > 1, проект ефективний, якщо *PI* < 1 – неефективний.

**Висновки.** Визначення рівня економічної ефективності (результативності, економічності) здійснення інноваційно-інвестиційної діяльності підприємства, створення та використання нового виробу, промислового комплексу або технології є важливим завданням для промислових підприємств (в особливій мірі це відноситься до машинобудівних підприємств), галузей промисловості, регіонів, держави в цілому, розробників інноваційної продукції, споживачів і постачальників підприємства, фінансових інститутів та інших суб'єктів ринкової економіки. Для оцінки вкладу в економічну ефективність окремих елементів підприємства, а також для оцінки ефективності проведених в організації заходів, в тому числі інновацій необхідне уточнення і розвиток методологічної бази.

**Список літератури**

1. Кобиляцький Л.С. Управління проектами //Навч. посібник.- К.: МАУП, 2002.- 200 с.
2. Косенко А.П. Экономическая оценка инновационного потенциала / А.П.Косенко, Д.Коциски, О.И.Маслак, П.Г.Перерва, Д.Сакай.-

Монография / Под ред. проф. Перервы П.Г. и проф. Д.Коциски – Харьков-Мишкольц : НТУ „ХПИ”, Мишкольц.техн.ун-т, 2009. – 170с.
3. Косенко О. П. Комерціалізація інтелектуально-інноваційних технологій [Монографія] / О.П. Косенко. - Х.: «Смугаста типографія», 2015.- 517 с.
4. Науково-методичні підходи до вирішення проблем практичної реалізації механізму комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності / П.Г.Перерва, І.В.Гладенко, А.В.Косенко, М.М.Ткачов // Вестник Нац. техн. ун-та «ХПИ» : сб. науч. тр. Темат. вып. : Технический прогресс и эффективность производства. – Харьков : НТУ «ХПИ», 2008. – № 18. – С. 105-110.
5. Перерва П.Г. Формування кон'юнктури ринку електротехнічної продукції / П.Г.Перерва, Т.О.Кобєлєва, Н.П.Ткачова // Вісник Нац. ун-ту «Львівська політехніка» : зб. наук. праць. Сер. : Проблеми економіки та управління. – Львів : Львівська політехніка, 2015. – № 815. – С. 118-125.
6. Перерва П.Г. Визначення ефективності використання виробничого потенціалу машинобудівного підприємства / П.Г.Перерва, Н.М.Побережна // Маркетинг і менеджмент інновацій. - 2012. - №2. - С. 191-198.
7. Экономика и управление инновационной деятельностью: учебник / Под ред. проф. Перервы П.Г., проф. Вороновского Г.К., проф. Меховича С.А., проф. Погорелова Н.И. – Харьков: НТУ «ХПИ», 2009. – 1203 с.
8. Перерва П.Г. Анализ финансового состояния предприятия / П.Г.Перерва, О.Н.Савенкова // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес та ефективність виробництва. – Харків : НТУ "ХПІ", 2002. – № 11-2. – С. 118-121.
9. Ткачов М.М. Ринок контрафактної продукції в системі неформальної економіки / М.М. Ткачов // Вісник Нац. техн. ун-ту «ХПІ» : зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес та ефективність виробництва. – Харків : НТУ «ХПІ». – 2013. – № 22 (995). – С. 89-95.
10. Перерва П.Г. Моделювання стратегічної політики маркетингу конкурентоспроможності на засадах бенчмаркінгу / П.Г.Перерва, Н.П.Ткачова // Економічні науки : зб. наук. праць. Сер. : Економіка та менеджмент. – Луцьк : ЛНТУ, 2012. – Вип. 9 (34), ч. 2. – С. 10-23.
11. Перерва П.Г. Банкротство, санація та реструктуризація підприємства як економічні категорії антикризового управління / П.Г.Перерва, Т.О.Кобєлєва, В.Л.Товажнянський // Вісник Нац. техн. ун-ту «ХПІ» : зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес та ефективність виробництва. – Харків : НТУ «ХПІ». – 2015. – № 59 (1168). – С. 148-152.
12. Основи інвестиційно–інноваційної діяльності: Навч. посібник / За ред. В.Г.Федоренко.- К.: Алеута, 2004.- 431 с.
13. Перерва П.Г. Маркетинг на промышленном предприятии / П.Г.Перерва.- М.: НПО «Реклама, информация, маркетинг», 1991.- 80 с.
14. Перерва П.Г. Управление ассортиментом продукции / П.Г.Перерва.- М.: НПО «Реклама, информация, маркетинг», 1991.- 80 с.
15. Перерва П.Г. Управление сбытом промышленной продукции в системе маркетинга / П.Г.Перерва.- М.: НПО «Реклама, информация, маркетинг», 1991.- 93 с.

**References(transliterated)**

1. Kobylyatskyy L.S. Upravlinnya proektamy //Navch. posibnyk.- K.: MAUP, 2002.- 200 s.
2. Kosenko A.P. Ékonomycheskaya otsenka ynnovatsyonnoho potentsyala / A.P.Kosenko, D.Kotsysky, O.Y.Maslak, P.G.Pererva, D.Sakay.- Monohrafyya / Pod red. prof. Pererv P.H. y prof. D.Kotsysky – Kharkov-Myshkolts : NTU „KHPY”, Myshkolts.tekhn.un-t, 2009. – 170s.
3. Kosenko O. P. Komertsializatsiya intelektualno-innovatsiynykh tekhnolohiy [Monohrafiya] / O.P. Kosenko. - KH.: «Smuhasta typohrafiya», 2015.- 517 s.
4. Naukovo-metodychni pidkhody do vyrishennya problem praktychnoyi realizatsiyi mekhanizmu komertsializatsiyi ob'yektiv intelektualnoyi vlasnosti / P.G.Pererva, I.V.Hladenko, A.V.Kosenko, M.M.Tkachov // Vestnyk Nats. tekhn. un-ta «KHPY» : sb. nauch. tr. Temat. vyp. : Tekhnycheskyy prohress y éffektyvnost proyzvodstva. – Kharkov : NTU «KHPY», 2008. – № 18. – S. 105-110.
5. Pererva P.G. Formuvannya kon'yunktury rynku elektrotekhnichnoyi produktsiyi / P.G.Pererva, T.O.Kobyelyeva, N.P.Tkachova // Visnyk Nats. un-tu «Lvivska politekhnika» : zb. nauk. prats′. Ser. : Problemy ekonomiky ta upravlinnya. – L′viv : Lvivska politekhnika, 2015. – № 815. – S. 118-125.
6. Pererva P.G. Vyznachennya efektyvnosti vykorystannya vyrobnychoho potentsialu mashynobudivnoho pidpryyemstva / P.G.Pererva, N.M.Poberezhna // Marketynh i menedzhment innovatsiy. - 2012. - №2. - S. 191-198.
7. Ekonomyka y upravlenye ynnovatsyonnoy deyatelnostyu: uchebnyk / Pod red. prof. Pererv P.G., prof. Voronovskoho H.K., prof. Mekhovycha S.A., prof. Pohorelova N.Y. – Kharkov: NTU «KHPY», 2009. – 1203 s.
8. Pererva P.G. Analyz fynansovoho sostoyanyya predpryyatyya / P.G.Pererva, O.N.Savenkova // Visnyk Nats. tekhn. un-tu "KHPI" : zb. nauk. pr. Temat. vyp. : Tekhnichnyy prohres ta efektyvnist vyrobnytstva. – Kharkiv : NTU "KHPI", 2002. – № 11-2. – S. 118-121.
9. Tkachov M.M. Rynok kontrafaktnoyi produktsiyi v systemi neformalnoyi ekonomiky / M.M. Tkachov // Visnyk Nats. tekhn. un-tu «KHPI» : zb. nauk. pr. Temat. vyp. : Tekhnichnyy prohres ta efektyvnist vyrobnytstva. – Kharkiv : NTU «KHPI». – 2013. – № 22 (995). – S. 89-95.
10. Pererva P.G. Modelyuvannya stratehichnoyi polityky marketynhu konkurentospromozhnosti na zasadakh benchmarkinhu / P.G.Pererva, N.P.Tkachova // Ekonomichni nauky : zb. nauk. prats. Ser. : Ekonomika ta menedzhment. – Lutsk : LNTU, 2012. – Vyp. 9 (34), ch. 2. – S. 10-23.
11. Pererva P.G. Bankrot·stvo, sanatsiya ta restrukturyzatsiya pidpryyemstva yak ekonomichni katehoriyi antykryzovoho upravlinnya / P.G.Pererva, T.O.Kobyelyeva, V.L.Tovazhnyans′kyy // Visnyk Nats. tekhn. un-tu «KHPI» : zb. nauk. pr. Temat. vyp. : Tekhnichnyy prohres ta efektyvnist vyrobnytstva. – Kharkiv : NTU «KHPI». – 2015. – № 59 (1168). – S. 148-152.
12. Osnovy investytsiyno–innovatsiynoyi diyalnosti: Navch. posibnyk / Za red. V.H.Fedorenko.- K.: Aleuta, 2004.- 431 s.
13. Pererva P.G. Marketynh na promyshlennom predpryyatyy / P.G.Pererva.- M.: NPO «Reklama, ynformatsyya, marketynh», 1991.- 80 s.
14. Pererva G.H. Upravlenye assortymentom produktsyy / P.G.Pererva.- M.: NPO «Reklama, ynformatsyya, marketynh», 1991.- 80 s.
15. Pererva P.G. Upravlenye sbytom promyshlennoy produktsyy v systeme marketynha / P.G.Pererva.- M.: NPO «Reklama, ynformatsyya, marketynh», 1991.- 93 s.

Надійшла (received) 25.09.2017

*Бібліографічні описи / Библиографические описания / Bibliographic descriptions*

**Економіко-організаційні засади інноваційної та інвестиційної діяльності підприємства / П.Г.Перерва //** Вісник НТУ “Харківський політехнічний інститут” (економічні науки). – Х.: НТУ „ХПІ”. - 2017. - № 45(1266).- С. 51-55 . Бібліогр. 15 назв. – ISSN 2519-4461.

**Экономико-организационные основы инновационной и инвестиционной деятельности предприятия / П.Г.Перерва** // Вестник НТУ “Харьковский политехнический институт” (экономические науки). – Х.: НТУ „ХПИ”. - 2017. - № 45(1266).- С. 51-55 . Библиогр.: 15 названий. – ISSN 2519-4461.

**Economic and organizational principles of innovation and investment activity of the enterprise / P.G.Pererva** // Bulletin of NTU "Kharkiv Polytechnic Institute" (economic sciences). – Kharkiv.: NTU "KhPI". - 2017. - № 45(1266).- P. 51-55 . Bibliogr.: 15 names. – ISSN 2519-4461.

*Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors*

***Перерва Петро Григорович*** – доктор економічних наук, професор, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», декан економічного факультету; тел.: (067) 940-16-81; e-mail: pgpererva@gmail.com

***Перерва Петр Григорьевич*** – доктор экономических наук, профессор, Национальный технический университет «Харьковский политехнический институт», декан экономического факультета; тел.: (067) 940-16-81; e-mail: pgpererva@gmail.com

***Pererva Petro Grygorovych*** - doctor of economic Sciences, Professor, National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute", Dean of the economic faculty; tel. (067) 940-16-81; e-mail: pgpererva@gmail.com

УДК 657:332.012.332

***Н.В. АРТЕМЕНКО***

# СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ОБЛІКОВОЇ ПОЛІТИКИ УСТАНОВ ДЕРЖАВНОГО СЕКТОРУ

В умовах реформування бухгалтерського обліку державного сектору та наближення його до міжнародних стандартів, основним елементом діяльності підприємства виступає налагоджена система бухгалтерського обліку. Організація бухгалтерського обліку у бюджетних установах розпочинається із формування облікової політики тому, що вона є основою ведення бухгалтерського обліку в установі. Облікова політика є елементом системи бухгалтерського обліку бюджетної установи. Слід зазначити, що формування облікової політики має відбуватися з урахуванням особливостей діяльності бюджетних установ. У статті досліджені теоретичні аспекти та особливості формування облікової політики установ державного сектора. Розглянуті порядок та умови зміни облікової політики бюджетних установ. Розглянуто актуальні питання переходу української системи бухгалтерського обліку в бюджетних установах до нових стандартів бухгалтерського обліку в державному секторі.

**Ключові слова:** бухгалтерський облік, бюджетна установа, облікова політика, наказ про облікову політику, організація обліку, елементи облікової політики,бюджетна система, державний сектор.

В условиях реформирования бухгалтерского учета государственного сектора и приближения его к международным стандартам, основным элементом деятельности предприятия выступает налажена система бухгалтерского учета. Организация бухгалтерского учета в бюджетных учреждениях начинается с формирования учетной политики том, что она является основой ведения бухгалтерского учета в учреждении. Учетная политика является элементом системы бухгалтерского учета бюджетного учреждения. Следует отметить, что формирование учетной политики должно происходить с учетом особенностей деятельности бюджетных учреждений. В статье исследованы теоретические аспекты и особенности формирования учетной политики учреждений государственного сектора. Рассмотрены порядок и условия изменения учетной политики бюджетных учреждений. Рассмотрены актуальные вопросы перехода украинской системы бухгалтерского учета в бюджетных учреждениях к новым стандартам бухгалтерского учета в государственном секторе.

**Ключевые слова:** бухгалтерский учет, бюджетное учреждение, учетная политика, приказ об учетной политике, организация учета, элементы учетной политики, бюджетная система, государственный сектор.

In the context of public sector accounting reform and its approximation to international standards, a well-established system of accounting is the main element of the enterprise's activity. The organization of accounting in budgetary institutions begins with the formation of accounting policies because it is the basis of accounting in the institution. Accounting policy is an element of the accounting system of a budgetary institution. It should be noted that the formation of accounting policies should take into account the specifics of the activities of budget institutions. The article deals with theoretical aspects and peculiarities of formation of the accounting policy of public sector institutions. The procedure and conditions for changing the accounting policy of budgetary institutions are considered. The urgent issues of transition of the Ukrainian accounting system to budget institutions to the new standards of accounting in the public sector are considered.

**Keywords:** accounting, budgetary institution, accounting policy, order of accounting policy, organization of accounting, elements of accounting policy, budgetary system, public sector.

**Вступ.** В умовах реформування бухгалтерського обліку державного сектору основним елементом діяльності підприємства виступає налагоджена система бухгалтерського обліку. Організація бухгалтерського обліку у бюджетних установах розпочинається із формування облікової політики тому, що вона є основою ведення бухгалтерського обліку в установі. Слід зазначити, що формування облікової політики має відбуватися з урахуванням особливостей діяльності бюджетних установ.

Бюджетні установи функціонують на правах державної форми власності та надають послуги громадянам від імені держави, їх діяльність регламентована і це зумовлює певні складності у формуванні облікової політики установ. Тому питання удосконалення бухгалтерського обліку та формування облікової політики установ державного сектору є актуальними і потребують дослідження.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.**

Дослідженню актуальних питань формування облікової політики установ державного сектора та вивчення проблем, що виникають на практиці під час організації бухгалтерського обліку приділяють увагу такі вітчизняні вчені та практики як Атамас П.Й., Джога Р.Т., Канєва Т.В., Рудченко Ю.С., Свірко С.В., Сушко Н.І., Ткаченко І.Т., Чечуліна О.О., Яцишин С.Р. та інші.

В своїх роботах Джога Р.Т. зазначає, що бюджетні установи мають замкнену систему обліку і ведуть облікову політику, спрямовану не на зіставлення витрат і результатів праці та отримання прибутку, а на облік видатків у процесі надання нематеріальних послуг [1]. Таке ствердження підкреслює відмінності бухгалтерського обліку бюджетних установ від бухгалтерського обліку комерційних підприємств різних форм власності, але не розкриває особливості складових облікової політики бюджетних установ з урахуванням того, що надання ними послуг охоплює різні сфери життя громадян (освіта, виховання, лікування, оздоровлення, наука і інше).

На думку Свірко С.В., керівництво фінансовим обліком, суб'єкт и державного сектору реалізують через права і завдання у формі вироблення облікової політики [2].

Необхідно зазначити формальну реалізацію прав суб'єкта у формуванні облікової політики та підкреслити обмеженість права вибору чітким переліком нормативних документів, що регулюють облік у бюджетних установах [3].

© Н.В. Артеменко, 2017

Окремі аспекти формування облікової політики установ державного сектора до цих пір залишаються невирішеними. Тому є потреба в подальшому вивченні проблеми

**Мета дослідження.** Особливості складання та зміст облікової політики установ державного сектора. Обґрунтування специфіки облікової політики установ як важливого засобу формування інформації під час здійснення бухгалтерського обліку. Дослідити порядок формування облікової політики установ державного сектора з урахуванням особливостей функціонування і впровадженням в дію Національних положень бухгалтерського обліку в державному секторі [4].

**Виклад основного матеріалу дослідження.**

Облікова політика - це сукупність принципів, методів і процедур, що використовуються підприємством для складання та подання фінансової звітності.

Облікова політика суб'єктів підприємницької діяльності направлена на ефективну організацію бухгалтерського обліку, забезпечення управлінського персоналу необхідною економічною інформацією про діяльність підприємства та для складання фінансової звітності.

Суб'єкти підприємницької діяльності в обліковій політиці передбачають вибір методів оцінки активів, організацію обліку витрат, вибір облікових регістрів, порядку обробки бухгалтерських документів тощо. На основі передбачених положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку альтернативних варіантів методів обліку та оцінки об'єктів обліку, обліковою політикою обирається найбільш прийнятний та доцільний метод для даного підприємства.

Бюджетні установи є обмежені в виборі альтернативних методів та способів оцінки активів, створення резервів, методів нарахування зносу, вибору облікових регістрів чи інших методичних підходів до організації обліку. Інструкціями державного казначейства України та Міністерства фінансів ці питання суворо регламентовані і альтернативні варіанти не передбачаються.

Тим не менше, бюджетні установи повинні розробляти свою облікову політику та належним чином організовувати і вести бухгалтерський облік. Необхідність її розробки зумовлена основним бухгалтерським Законом № 996, а також практичною доцільністю. Адже, побудова бухгалтерського обліку в бюджетних установах характеризується наявністю централізованих бухгалтерій, підпорядкованістю бюджетних установ вищим розпорядникам, в межах якого організується облік та складається звітність за єдиними підходами.

Тому розробляти наказ про облікову політику слід вищим розпорядником та доводити його до підлеглих установ, як основного внутрішнього документу з регламентації бухгалтерського обліку в межах головного розпорядника.

Таким наказом вирішуються також ряд питань організаційного характеру, що визначаються бюджетною установою та забезпечують досягнення основної мети облікової політики в бюджетних установах: надійний контроль за ефективністю та цільовим використання бюджетних коштів. До них зокрема відносяться такі:

1) затвердження Графіка документообігу;

2) складання Плану проведення обов'язкових та позапланових інвентаризацій;

3) розподіл функціональних обов'язків працівників бухгалтерії, планово-фінансового відділу;

4) встановлення переліку посадових осіб, що мають право підписувати фінансові документи та документи на відпуск матеріальних цінностей;

5) створення постійно діючих комісій:
- інвентаризаційної
- тарифікаційної
- з приймання в експлуатацію необоротних активів
- списання матеріальних цінностей

6) вибір форми бухгалтерського обліку;

7) терміни надання звітності до вищої установи;

8) окремі правила ведення обліку, що вирішуються головним розпорядником;

9) складання Робочого Плану рахунків з визначенням субрахунків та облікових груп в межах субрахунків для аналітичного обліку;

10) затвердження Положення про архів установи.

В наказі про облікову політику можуть бути включені і інші питання організації обліку, планування та контролю за фінансово-господарською діяльністю бюджетної установи.

Особливістю бюджетних установ та їх відмінністю від інших господарюючих суб’єктів є те, що у своїй діяльності вони повинні дотримуватися як загального законодавства з питань бухгалтерського обліку та фінансової звітності, так і бюджетного, який є пріоритетним перед іншими виходячи з норм ч. 2 ст. 4 Бюджетного кодексу.

Саме враховуючи специфіку діяльності суб’єктів державного сектора Мінфіном були розроблені та затверджені стандарти бухгалтерського обліку в державному секторі.

Реформування галузі бухгалтерського обліку в держсекторі створило підстави для зміни ідеології в підходах до формування облікової політики. Так, з 01.01.15 р. набули чинності дев’ять НП(С)БОДС, а також затверджено наказом Мінфіну від 23.01.15 р. № 11 Методичні рекомендації з бухгалтерського обліку для суб’єктів державного сектора (далі – Наказ № 11, Методрекомендації № 11) за відповідними об’єктами. При цьому НП(С)БОДС 101, у якому існує окремий розділ «Облікова політика», ще не набув чинності, а запроваджені НП(С)БОДС 125 «Зміни облікових оцінок та виправлення помилок» та Методичні рекомендації щодо облікової політики суб’єкта державного сектора (далі – Методрекомендації «Облікова політика») змінили традиційні підходи до формування та визначення облікової політики бюджетних установ.

Оскільки в національній законодавчій базі та в Методрекомендаціях «Облікова політика» норми та вимоги викладено стисло, що не дозволяє однозначно

скласти уявлення про наповнення змістом цієї структури, у бухгалтера бюджетної установи є можливість звернутися до відповідних норм міжнародних стандартів. Зазначена пропозиція має відповідне законодавче підґрунтя, викладене в п. 1, 3 ст. 121 Закону № 996 [5].

Так, у МСБО 8 «Облікові політики, зміни в облікових оцінках та помилки» це поняття характеризується у множині. Тобто всі міжнародні стандарти, у тому числі в держсекторі, містять окремий розділ з бухгалтерського обліку до кожного об'єкта із зверненням до принципів і методів. Зазначений підхід можна використати і вітчизняному головному бухгалтеру при встановленні правил обліку за відповідним об'єктом обліку.

Методрекомендації «Облікова політика» передбачають постійне (з року в рік) застосування розпорядником бюджетних коштів прийнятої стабільної облікової політики, що фактично повинне стати реалізацією принципу послідовності. Зазначене дає пояснення підходам Мінфіну до визначення змісту розпорядчого документа щодо облікової політики. Мінфін рекомендує прийняття окремого такого документа без поєднання в ньому цього питання з питаннями організації бухгалтерського обліку, оскільки останні можуть часто змінюватися й передбачають значний обсяг попередньої роботи, яка не стосується методології обліку, зокрема: визначення документообігу, технології обробки облікової інформації, права підписання первинних і бухгалтерських документів, розробки системи та форм внутрішньогосподарського (управлінського) обліку тощо.

Загалом відповідно до Методрекомендацій «Облікова політика» наказ про облікову політику бюджетної установи слід видавати (перевидавати) або вносити зміни до діючого в міру необхідності, як правило, з початку року, і за наявності для цього підстав. Причини змін в обліковій політиці визначено в п. 3 розд. III НП(С)БОДС 125 «Зміни облікових оцінок та виправлення помилок», затвердженого наказом Мінфіну від 24.12.10 р. № 1629, а також п. 3 розд. III Методрекомендацій «Облікова політика», а саме:

• зміни вимог Мінфіну до бухгалтерського обліку об'єктів;

• зміни відображення господарських операцій у бухгалтерського обліку, що забезпечать більш достовірне їх відображення у звітності.

Звичайно, запроваджені з 2015 року норми НП(С)БОДС створили підстави для зміни облікової політики розпорядникам бюджетних коштів.

Бюджетні установи змушені переглядати свої облікові політики за відповідними об'єктами через вимоги відповідних стандартів чи тлумачень [5].

Але строки прийняття цих змін та комплекс попередніх заходів, які необхідно здійснити у зв'язку з цим, дають можливість відтермінувати прийняття розпорядчого документа про облікову політику (або внесення змін до нього) розпорядникам бюджетних коштів нижчого рівня до визначення єдиних вимог головним розпорядником бюджетних коштів та видання галузевих методичних рекомендацій. Зазначеній ситуації є законні пояснення, ураховуючи терміни набуття чинності прийнятих наприкінці 2014 року НП(С)БОДС і Методрекомендацій № 11 – на початку 2015 року (23.01.15 р.).

Таким чином, перш ніж затверджувати свою облікову політику (або вносити зміни до неї) і запроваджувати її з початку бюджетного року, розпоряднику бюджетних коштів нижчого рівня необхідно врахувати вимоги головного розпорядника бюджетних коштів із цього приводу.

У разі відсутності вимог головного розпорядника бюджетних коштів слід прийняти власний розпорядчий документ про облікову політику виходячи з вимог законодавства і професійного судження головного бухгалтера, що забезпечить дотримання встановлених законодавством принципів при формуванні фінансової звітності, і направити його на погодження за відомчою підпорядкованістю суб'єктам держсектора вищого рівня. Зазначений факт стане свідченням намірів (у т. ч. і для контролюючих органів) щодо виконання повноважень керівником бюджетної установи і головного бухгалтера з розробки та затвердження облікової політики.

Крім того (і це дуже важливо), у разі відсутності визначених головним розпорядником бюджетних коштів єдиних підходів головний бухгалтер бюджетної установи нижчого рівня має розкрити облікову політику за кожним об'єктом у примітках до фінансової звітності шляхом опису застосованих установою принципів оцінки статей звітності і методів обліку окремих активів і зобов'язань, причин та сутності зміни облікової політики.

Таку вимогу викладено в запроваджених з 01.01.15 р. відповідних розділах «Розкриття інформації у примітках до фінансової звітності» НП(С)БОДС як окремо за кожним об'єктом обліку, так і в розд. IV НП(С)БОДС 125, і це є запорукою законності діяльності головного бухгалтера [5].

Розпорядник бюджетних коштів у розпорядчому документі про облікову політику бюджетної установи не повинен дублювати загальнодержавні норми, визначені в НП(С)БОДС та галузевих методичних рекомендаціях. Лише в разі, якщо існує (залишається) можливість вибору принципів оцінки статей звітності, методів обліку, а також строків корисного використання основних засобів і нематеріальних активів, у розпорядчому документі прописується вибраний варіант та особливості його застосування щодо відповідного об'єкта обліку.

Формування облікової політики розпорядником бюджетних коштів має базуватися на дотриманні ним вимог головного розпорядника бюджетних коштів щодо визначених ним єдиних підходів до облікової політики за відповідними об'єктами [5].

**Висновки.** Формування облікової політики установ державного сектора можна розглядати як напрям підвищення ефективності їх функціонування. Облікова політика дає змогу керівництву приймати більш раціональні рішення, аналізувати роботу установи, здійснювати і контролювати цільове

використання засобів відповідно до затвердженого кошторису. Узгодження облікової політики установ-розпорядників бюджетних коштів вищого рівня із обліковою політикою підпорядкованих їм установ дозволить гармонізувати облікову політику бюджетних установ різних рівнів, підвищити ефективність досягнення спільних цілей і завдань, а також полегшити процес контролю діяльності розпорядників бюджетних коштів нижчих рівнів. На основі правильно сформованої облікової політики є змога виявляти незаконні витрати, що підвищить ефективність обліку й фінансово-господарської діяльності та використання коштів як бюджетних, так і спеціального фонду.

**Список літератури**


1. *Джога Р.Т.* Бухгалтерський облік у бюджетних установах: Навч.посібник.–К.: КНЕУ, 2004.–250 с.
2. *Свірко С.В.* Облікова політика суб'єктів державного сектору: позиції міжнародної теоріїта практики / *С.В. Свірко* // Збірник наукових праць ЛДТУ.–Луцьк, 2009. –Вип.6 (24). Ч. 1. –С. 65-77.
3. *Черкашина Т.В.* Формування облікової політики у бюджетних установах: проблеми та їх вирішення [Електронний ресурс]. *praktychne zastosuvannya* / Chechulina O.// *Balans-byudzhet*- # 24 (540), 15.06.2015.
4. *Артеменко Н.В.* Облікова політика установ державного сектора:сучасні підходи, порядок та умови зміни / *Н.В. Артеменко* //Миколаївський національний університет імені В.О. Сухомлинського електронне наукове фахове видання «Глобальні та національні проблеми економіки». – Миколаїв. - 2016. - № 17 (червень) –С. 792-798
5. *Чечуліна О.*, Облікова політика: розробка та практичне застосування /*Чечуліна О.*// Баланс-бюджет- № 24 (540), 15.06.2015 р.


**References (transliterated)**


1 Dzhoha R.T. *Bukhhalters'kyy oblik u byudzhetnykh ustanovakh*: Navch.posibnyk.–*Kiev.: KNEU*, 2004.–250 s.
2. Svirko S.V. *Oblikova polityka sub"yektiv derzhavnoho sektoru*: pozytsiyi mizhnarodnoyi teoriyita praktyky / S.V. Svirko // *Zbirnyk naukovykh prats' LDTU*.–Luts'k, 2009. –Vyp.6 (24). Ch. 1. –S. 65-77.
3. Cherkashyna T.V. *Formuvannya oblikovoyi polityky u byudzhetnykh ustanovakh*: problemy ta yikh vyrishennya *[Elektronnyy resurs]*.
4. Artemenko N.V. *Oblikova polityka ustanov derzhavnoho sektora:suchasni pidkhody, poryadok ta umovy zminy* / N.V. Artemenko //*Mykolayivs'kyy natsional'nyy universytet imeni V.O. Sukhomlyns'koho elektronne naukove fakhove vydannya «Hlobal'ni ta natsional'ni problemy ekonomiky»*. – Mykolayiv. - 2016. - # 17 (cherven') –S. 792-798
5. Chechulina O. *Oblikova polityka: rozrobka ta*


*Надійшла (received) 25.09.2017*

*Бібліографічні описи / Библиографические описания / Bibliographic descriptions*


**Сучасні підходи до визначення облікової політики установ державного сектору / Н. В. Артеменко**// Вісник НТУ "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки). – Х.: НТУ „ХПІ". - 2017. - № 45(1266).- С. 56-59 . Бібліогр. 5 назв. – ISSN 2519-4461.

**Современные подходы к определению учетной политики учреждений государственного сектора / Н. В. Артеменко** // Вестник НТУ "Харьковский политехнический институт" (экономические науки). – Х.: НТУ „ХПИ". - 2017. - № 45(1266).- С. 56-59 . Библиогр.: 5 названий. – ISSN 2519-4461.

**Modern approaches to determining the accounting policies of public sector institutions / N. V. Artemenko** // Bulletin of NTU "Kharkiv Polytechnic Institute" (economic sciences). – Kharkiv.: NTU "KhPI". - 2017. - № 45(1266).- P. 56-59 . Bibliogr.: 5 names. – ISSN 2519-4461.


*Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors*


***Артеменко Наталія Вікторівна*** – ст. викладач кафедри економічного аналізу та обліку Національний Технічний Університет «Харківський Політехнічний Інститут»; тел.: (097) 4347421; e-mail: artemenko-nv@ukr.net.

***Артеменко Наталия Викторовна*** – ст. преподаватель кафедры экономического анализа и учета Национальный Технический Университет «Харьковский Политехнический Институт»; тел .: (097) 4347421; e mail: artemenko-nv@ukr.net.

**Artemenko Natalia Victorivna** - lecturer department of economic analysis and accounting National Technical University «Kharkov Polytechnic Institute»; Tel .: (097) 4347421; e mail: artemenko-nv@ukr.net.

УДК 65.06

***С. О. ВАСИЛЬЦОВА, А.Д. МАМЕДОВА, В.В. КОЗЮРА***

# ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ОСНОВНИХ ФОНДІВ ТА ШЛЯХИ ЇЇ ПОКРАЩЕННЯ

Сьогодні в Україні окрім загострених політичних ситуацій, присутні ще й значні економічні проблеми. Скорочення власних ресурсів для обладнання виробництва, відсутність бажання інвестувати власні кошти у відтворення підприємств призвели до того, що у розпорядженні значної частини вітчизняних підприємств залишилися практично повністю фізично та морально зношені основні виробничі засоби. Саме тому, проблема визначення ефективності використання основних засобів, та пошук шляхів їх більш продуктивного застосування, є на сьогодні актуальною. Вдале управління основними фондами розглядається як їх дієве використання у виробничому обороті.

**Ключові слова:** основні засоби, ефективність, фондовіддача, технічний стан, виробничі потужності, економічний потенціал.

Сегодня в Украине кроме остры политических ситуаций, присутствуют еще и значительные экономические проблемы. Сокращение собственных ресурсов для оборудования производства, отсутствие желания инвестировать собственные средства в воспроизводство предприятий привели к тому, что в распоряжении значительной части отечественных предприятий остались практически полностью физически и морально изношенные основные производственные средства. Именно поэтому, проблема определения эффективности использования основных средств, и поиск путей их более продуктивного применения, является сегодня актуальной. Удачное управления основными фондами рассматривается как их эффективное использование в производственном обороте.

**Ключевые слова**: основные средства, эффективность, фондоотдача, техническое состояние, производственные мощности, экономический потенциал.

Today in Ukraine, besides the acute political situations, there are also significant economic problems. So we can note the degradation of most industrial enterprises, which are already virtually widespread. The small support of enterprises by the state, the reduction of own resources for production equipment, the lack of desire to invest their own funds in the restoration of enterprises led to the fact that at the disposal of a significant part of domestic enterprises remained virtually completely physically and morally worn basic production facilities. That is why the problem of determining the effectiveness of the use of fixed assets, and the search for ways of their more productive use, is today relevant. A significant role in the activity and development of any enterprise is played by the effective use of fixed assets. Due to this the company can achieve the growth of technical level of production, increase of economic and production potential. There are wider opportunities for diversification of production, the release of a new product, which will be more cost-effective and more desirable for consumers. The efficiency of the use of fixed assets also contributes to the production of quality products and the growth of labor productivity.

**Keywords:** fixed assets, efficiency, return on assets, technical condition, production capacity, economic potential.

**Вступ.** Розвиток виробництва є невіддільним від проблеми ефективного використання основних виробничих фондів.

Виробничо-господарська діяльність та фінансовий стан підприємства багато в чому залежать від забезпеченості основними виробничими фондами та їх використання. Основні фонди (засоби) – це матеріальні активи, які підприємство утримує для використання їх у процесі виробництва, постачання товарів і послуг, надання в оренду іншим особам або для здійснення адміністративних функцій.

Забезпечення певних темпів розвитку і підвищення ефективності виробництва можливе за умови інтенсифікації відтворення та кращого використання діючих основних фондів і виробничих потужностей підприємств. Ці процеси, з одного боку, сприяють постійному підтриманню належного технічного рівня кожного підприємства, а з іншого, - дозволяють збільшувати обсяг виробництва продукції без додаткових інвестиційних ресурсів, знижувати собівартість виробів за рахунок скорочення питомої ваги амортизації та витрат на обслуговування виробництва і його управління, підвищувати фондовіддачу і прибутковість[1].

**Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими чи практичними завданнями.** Одним із найважливіших факторів збільшення обсягів виробництва продукції на промисловому підприємстві, здобуття ним конкурентоспроможної позиції на ринку є забезпеченість його основними засобами в необхідній кількості та асортименті, а також повніше й ефективніше їх використання. Забезпеченість підприємства основними засобами, їх технологічний стан та рівень ефективності використання безпосередньо впливає на загальний фінансовий стан, конкурентноздатність продукції, обсяги виробництва продукції, а також на показники її якості, сортності, асортиментності.

На сьогоднішній день дана проблема є достатньо актуальною та потребує не тільки обговорення, але й реального вирішення. Так, за даними статистичної звітності більшість українських підприємств застосовують зношене, застаріле обладнання (середній коефіцієнт зношеності основних засобів майже досягає 50%) та фактично не відбувається інтенсивного оновлення основних засобів (середній коефіцієнт введення ОЗ навіть не досягає 10%) [4].

Особливе значення для підприємств має збільшення активної частини основних фондів, яка бере участь у створенні продукції. Аналізуючи склад і структуру основних фондів появляється можливість визначити вплив кожної з груп на фондовіддачу, яка безпосередньо впливає на обсяги виробництва продукції. Аналітичні дані дадуть змогу визначити потребу підприємства в кожній з груп основних засобів [2].

**Аналіз останніх досліджень і публікацій, у яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спирається автор.** Під матеріальними активами підприємства (організації) заведено розуміти сукупність усіх ресурсів матеріального характеру, що завжди фіксуються в щорічному його (її) балансі за виключенням первинних активів.

© С. О. Васильцова, А.Д. Мамедова, В.В. Козюра 2017

До складу матеріальних активів входять переважно виробничі фонди й майно соціального призначення [3].

Проте засоби виробництва як сукупність засобів і предметів праці не можна ототожнювати з виробничими фондами, що зумовлено двома обставинами. По-перше, елементи засобів виробництва стають виробничими фондами лише з моменту їхнього безпосереднього використання у виробничому процесі. По-друге, виробничі фонди на відміну від засобів виробництва є виключно вартісною економічною категорією [4]. Це означає, що до виробничих фондів відносять не всі елементи засобів виробництва взагалі, а ті з них, які мають вартість.

Вагомий внесок у розробку теоретичних основ та методологічних підходів до проблеми обліку й аналізу основних засобів зробили провідні вчені-економісти, як вітчизняні – Білуха М. Т., Бутинець Ф. Ф., Голов С. Ф., Грінько А. П., Кузьмінський А. М., Лінник В. Г., Моссаковський В. Б., Огійчук Н. Ф., Пушкар М. С., Сопко В. В., Сук Л. К., Кір О., Янчева Л. М., так і зарубіжні – Палій В. Ф., Соколов Я. В., Шеремет А. Д та ін.

Будь-який виробничий процес може здійснюватися лише за допомогою певних машин, обладнання, які розташовуються в певних приміщеннях. Матеріальною основою цього процесу виступають, насамперед, засоби праці, які характеризують технічний та економічний рівень розвитку суспільства й виступають необхідним елементом виробництва, обігу та надання послуг. На підприємствах сукупність застосовуваних засобів праці набуває економічної форми основних виробничих засобів. Основні фонди – одна з найважливіших частин і засобів виробництва.

Сучасні підходи до оцінювання ефективності використання основних фондів досить різноманітні, але в переважній більшості ґрунтуються на одних оціночних показниках. В сучасних умовах кожне підприємство має розглядати питання стабілізації та виходу на рівень конкурентоздатності на ринку через призму своєї самостійності та незалежності як товаровиробника, з одного боку, і залежності від впливу зовнішнього економічного середовища та макроекономічного впливу держави, з іншого. Для того, щоб фірма була найприбутковішою, необхідно звернутися до кількісного і якісного вдосконалення основних виробничих фондів. Поряд з цим одним з найважливіших факторів вдосконалення виробництва залишається підвищення ефективності вже існуючих засобів праці. Успішність управління основними засобами підприємства можна розглядати з позиції ефективності їхнього використання в господарському обороті. Через те, що основні фонди експлуатуються тривалий час, вони поступово втрачають свою вартість за рахунок фізичного зносу, а перенесення вартості основних фондів на продукцію, що виготовляється, виконувані роботи, надавані послуги відбувається за рахунок нарахування амортизації. Тут слід звернути увагу на цільове використання амортизаційних потоків, які формуються в результаті виробничої діяльності[4].

Співвідношення різних груп основних фондів у їхній загальній вартості представляє виробничу структуру основних фондів. Чим вище питома вага активних основних фондів, тим більш прогресивною є їхня структура. На структуру основних фондів впливають такі фактори: - особливості матеріально-технічної бази виробництва; - рівень концентрації виробництва, розмір підприємства; - технічний рівень виробництва, механізація, автоматизація та комп'ютеризація процесів; - географія розміщення підприємства; - співвідношення між різними видами капітальних робіт – будівництвом нових та реконструкцією діючих підприємств тощо.

Структура основних виробничих фондів має галузевий характер. Так, наприклад, на транспорті засоби становлять 60...70%, будівлі, споруди та передавальні пристрої – 20...25%; тоді, як в інших галузях економіки питома вага транспортних засобів становить 2...4% від загальної кількості основних виробничих фондів. Загалом на промислових підприємствах України в структурі основних фондів питома вага окремих їх видів останніми роками варіювала у таких межах: будівель і споруд – 45...47%; машин і устаткування 40...42%; транспортних засобів – 2,5...3% [5, с. 36]. Одним з найважливіших завдань підприємства за сучасних умов є підвищення ефективності використання основних фондів.

Ефективність основних фондів – результат у вигляді отриманого ефекту, що співвідноситься з витраченими ресурсами. Підвищення ефективності полягає в досягненні найбільших результатів при відповідному рівні розвитку продуктивних сил порівняно з витратами праці, використаними на створення суспільного продукту.

Таким чином, ефективність використання основних фондів відіграє важливе значення для розвитку діяльності підприємства, оскільки збільшується економічний потенціал і виробничі можливості галузі, підвищується технічний рівень виробництва та збільшуються темпи зростання продуктивності праці, поліпшення якості промислової продукції та інших показників.

Для вирішення завдання підвищення використання основних фондів та отримання бажаних результатів у діяльності підприємства повинні бути розроблені конкретні шляхи, спрямовані на поліпшення використання основних засобів, практичне застосування яких дасть змогу використовувати наявні на підприємствах резерви підвищення їх ефективності, а також визначити основні чинники, що сприятимуть цьому[2].

Головною ознакою підвищення рівня ефективного використання основних засобів підприємства є зростання обсягу виробництва продукції. Всю сукупність технічних, організаційних та економічних заходів щодо кращого використання основних засобів підприємства можна умовно поділити на дві групи:

1) збільшення екстенсивного завантаження;

2) підвищення інтенсивного навантаження[3].

Що стосується інтенсивних методів підвищення ефективності використання основних засобів на підприємстві, то можна виділити наступні:

- прискорення введення в дію нових машин;
- удосконалення планування, управління і організації праці та виробництва; зниження фондомісткості, підвищення фондовіддачі та продуктивності праці на підприємстві;
- підвищення рівня механізації та автоматизації виробництва товарної продукції;
- введення заходів науково – технічного прогресу по вдосконаленню технології виробництва і покращенню організації виробництва товарної продукції;
- підвищення та розвиток матеріального та морального стимулювання праці.

Однак треба наголосити на двох важливих обставинах. По-перше, якщо екстенсивне завантаження машин та устаткування обмежується тільки календарним фондом часу, то можливості підвищення інтенсивного навантаження устаткування, його продуктивності практично не є такими обмеженими. По-друге, здійснення заходів екстенсивного напрямку, зазвичай, не потребує капітальних витрат, а підвищення рівня інтенсивного використання виробничого апарату зв'язане зі значними інвестиціями; проте останні порівняно швидко окупаються за рахунок одержаного внаслідок інтенсифікації додаткового економічного ефекту[1].

Поряд з технічними і організаційними факторами важливу роль в підвищенні ефективності використання основних засобів повинні відігравати фактори матеріального стимулювання працівників підприємств.

Також поліпшити використання основних фондів та виробничих потужностей на підприємствах можна завдяки: підвищенню використання виробничих потужностей і основних фондів у інтенсивності; підвищенню їх навантаження у екстенсивності; дотриманню пропорційності і змінності у роботі основних фондів (обладнання); активно виконаному процесу контролювання.

Ефективність діяльності будь-якого підприємства залежить від певних чинників. Значення речових факторів виробництва основних фондів останніми роками збільшилось. Головними проблемами є їхнє збереження, переоснащення для подальшої роботи на підприємстві. Збільшення обсягу виробництва відбувається завдяки ефективному використанню основних фондів. Таким чином, проблема ефективності стає на перший план у процесі вивчення і дослідження роботи підприємств. Важливий резерв кращого екстенсивного та інтенсивного використання основних фондів та виробничих потужностей – швидке освоєння проектних потужностей, введення в дію нових технологічних ліній, агрегатів, устаткування. Практика свідчить, що середній фактичний період освоєння виробничих потужностей становить п’ять-шість і більше років. Разом з тим технічно й економічно обгрунтовані розрахунки підтверджують реальну можливість досягнення проектних показників за один-два роки, залежно від галузі та виду підприємства[5].

Звичайно найкращим методом є впровадження досягнень сучасного науково-технічного прогресу і, в першу чергу, безвідходних, маловідхідних, ресурсозберігаючих технологій і техніки для їх здійснення. Це збільшує вихід продукції з того ж об’єму переробленої сировини та фондовіддачу. Це може бути впровадження нових систем автоматизованого управління основними виробничими засобами.

Отже, основними напрямками підвищення ефективності використання основних виробничих фондів підприємством є такі:

1) Установка, монтаж та введення в експлуатацію основних виробничих фондів по можливості одночасно.

2) Збільшення капітальних вкладень в активну частину основних виробничих фондів підприємства.

3) Максимально можливе використання продуктивності та потужності наявного на підприємстві парку обладнання.

4) Максимально можливе використання календарного фонду часу згідно з технічними характеристиками обладнання.

5) Забезпечення належного обслуговування та дотримання необхідних умов експлуатації обладнання.

6) Своєчасне оновлення основних виробничих фондів підприємства.

7) Застосування комбінованого способу організації виробничих процесів на підприємстві.

8) Включення до виробництва незадіяних виробничих фондів.

9) Рівномірне завантаження основних виробничих фондів протягом робочого дня.

10) Підвищення професійно-кваліфікаційного рівня обслуговуючого основні виробничі фонди персоналу

**Висновки.** Отже, на сьогоднішній день спостерігається безліч проблем використання основних засобів підприємств. Підвищення ефективності використання основних засобів в даний час має величезне значення. Підприємства, що мають в своєму розпорядженні основні засоби, повинні не тільки прагнути їх модернізувати, збільшувати час роботи обладнання, поліпшувати склад, структуру і склад основних засобів, але і максимально підвищувати ефективність використання того, що є із застосуванням переважно інтенсивних методів. Тому, щоб використання основних фондів було справді економічно вигідним та ефективним, необхідно стежити за його технічним станом; залучати фахівців при проведенні складних ремонтів; вивчати ринки виробництва; залучати спеціалістів маркетингового відділу; підвищувати рівень спеціалізації виробництва; усувати простої; модернізувати устаткування; поліпшувати склад, структуру й стан основних фондів підприємства; удосконалювати планування, управління й організацію праці та виробництва; знижувати фондомісткість;

підвищувати фондовіддачу та продуктивність праці на підприємстві.

**Список літератури.**

1. Економіка підприємства: Підручник/ ред.: *Й. М. Петрович*. - 2-ге вид., виправл.. - Львів: Магнолія, 2010.
2. *Мацибора В.І.* Економіка підприємства :навч. посіб. для вузів / В.І. Мацибора, В.К. Збарський, Т.В. Мацибора. – К. :Каравела, 2008. – 312 с.
3. Наказ Мінфіну від 18.03.2011 р. №372 "Про затвердження Змін до деяких П(с)БО"// [Електронний ресурс] // http://www.mia.kiev.ua/ua/law-news/76-gaap-ukraine.html
4. *Череп А.В., Клименко А.А.* Ефективність використання основних фондів підприємства [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portalSoc_Gum/Dtr_ep/2009_6/files/ekon_06_09_43_Cherep_Klimenko.pdf
5.*Чорна І.О.* Ефективність використання основних виробничих фондів та розробка пропозицій щодо їх поліпшення [Електронний ресурс] / І.О.Чорна. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Dtr_ep/2009_2/files /Econ_02_2009_Chorna.pdf

**References (transliterated):**

1. *EkonomIka pIdpriEmstva: PIdruchnik*/ red.: Y. M. Petrovich. - 2-ge vid., vipravl.. - LvIv: MagnolIya, 2010.
2. Matsibora V.I. *EkonomIka pIdpriEmstva :navch. posIb. dlya vuzIv* / V.I. Matsibora, V.K. Zbarskiy, T.V. Matsibora. – Kiev :Karavela, 2008. – 312 p.
3. *Nakaz MInfInu vId 18.03.2011 r. no 372 "Pro zatverdzhennya ZmIn do deyakih P(s)BO"*// [Elektronniy resurs] // http://www.mia.kiev.ua/ua/law-news/76-gaap-ukraine.html
4. Cherep A.V., Klimenko A.A. *EfektivnIst vikoristannya osnovnih fondIv pIdpriEmstva* [Elektronniy resurs]. – Rezhim dostupu: http://www.nbuv.gov.ua/portalSoc_Gum/Dtr_ep/2009_6/files/ekon_06_09_43_Cherep_Klimenko.pdf
5.Chorna I.O. *EfektivnIst vikoristannya osnovnih virobnichih fondIv ta rozrobka propozitsIy schodo Yih polIpshennya* [Elektronniy resurs] / I.O.Chorna. – Rezhim dostupu: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Dtr_ep/2009_2/files /Econ_02_2009_Chorna.pdf

*Надійшла (received) 25.09.2017*

*Бібліографічні описи / Библиографические описания / Bibliographic descriptions*

**Ефективності використання основних фондів та шляхи її покращення / С.О. Васильцова, А.Д.Мамедова, В.В. Козюра //**

**Эффективности использования основных фондов и пути ее улучшения / С.А. Васильцова, А.Д.Мамедова, В.В. Козюра //**

**The effectiveness of the use of fixed assets and ways to improve / S.O. Vasiltsova, A.D. Mamedova, V.V. Kozura //**

Вісник НТУ "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки). – Х.: НТУ „ХПІ". - 2017. - № 45(1266).- С. 60-63 . Бібліогр. 5 назв. – ISSN 2519-4461.

Вестник НТУ "Харьковский политехнический институт" (экономические науки). – Х.: НТУ „ХПИ". - 2017. - № 45(1266).- С. 60-63 . Библиогр.: 5 названий. – ISSN 2519-4461.

Bulletin of NTU "Kharkiv Polytechnic Institute" (economic sciences). – Kharkiv.: NTU "KhPI". - 2017. - № 45(1266).- P. 60-63 . Bibliogr.: 5 names. – ISSN 2519-4461.

*Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors*

***Васильцова Світлана Олександрівна*** – кандидат економічних наук, доцент кафедри економіки і маркетингу Національного технічного університету «ХПІ». (097) 7375974, e-mail svetifom@gmail.com

***Мамедова Анна Джамаладдинівна*** – магістр кафедри економіки і маркетингу Національного технічного університету «ХПІ»

***Козюра Володимир Володимирович***– магістр кафедри економіки і маркетингу Національного технічного університету «ХПІ»

***Vasyltsova Svetlana Alexandrovna*** - PhD, associate professor of economics and marketing department of National Technical University "KhPI". (097) 7375974, e-mail svetifom@gmail.com

***Mamedova Anna Jamaladdinovna*** - Master of the Department of Economics and Marketing of the National Technical University "KhPI"

***Kozyura Volodymyr Volodymyrovych*** - Master of the Department of Economics and Marketing of the National Technical University "KhPI"

УДК 658:005

***М.В.ЛІТВИНЕНКО, Ю.А.БЕРЕЖНА, О.О.ЛІТВИНЕНКО***

# МІЖНАРОДНИЙ МАРКЕТИНГ – ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ

Міжнародний маркетинг – особливий комплекс заходів з реалізації товарів і послуг за межами своєї країни. Мова тут йде про міжнародні фірми, сферу виробничої і комерційної діяльності, що поширюється на закордонні держави і характеризується наявністю філій і дочірніх компаній, технологічним кооперуванням та спеціалізацією, спільністю ресурсної бази, централізацією управління та підконтрольністю. Розглянуто основні проблеми міжнародного маркетингу та перспективи для впровадження його головних принципів в національній системі розвитку. Зазначено, що на даному етапі в нашій країні існує ряд передумов для успішного переходу до міжнародних стандартів діяльності та функціонування в області маркетингу.

**Ключові слова:** міжнародний маркетинг, розвиток, фірма

Международный маркетинг - особый комплекс мероприятий по реализации товаров и услуг за пределами своей страны. Речь здесь идет о международных фирмах, сфере производственной и коммерческой деятельности, распространяется на зарубежные государства и характеризуется наличием филиалов и дочерних компаний, технологическим кооперированием и специализаей, общностью ресурсной базы, централизацией управления и подконтрольностью. Рассмотрены основные проблемы международного маркетинга и перспективы для внедрения его главных принципов в национальной системе развития. Отмечено, что на данном этапе в нашей стране существует ряд предпосылок для успешного перехода к международным стандартам деятельности и функционирования в области маркетинга.

**Ключевые слова:** международный маркетинг, развитие, фирма

International marketing - a special set of activities for the sale of goods and services outside of their country. This is the case of international firms, the sphere of industrial and commercial activity that extends to foreign states and is characterized by the presence of affiliates and subsidiaries, technological cooperation and specialization, a community of resource base, centralization of management and control. The main problems of international marketing and prospects for the implementation of its main principles in the national development system of this sphere, it should be noted that at this stage in our country there is a number of prerequisites for the successful transition to international standards of operation and functioning in the field of marketing.

**Keywords:** international marketing, development, firm

**Вступ.** Нерозуміння в повній мірі ролі маркетингу у виробничій діяльності багатьох підприємств в Україні на сьогоднішній день є одним з найбільш актуальних питань. Проблема полягає в тому, що керівники підприємств недооцінюють роботу маркетингових відділів, а часто просто відмовляються від них в цілях економії. Основною причиною є недостатня інформованість про прямий зв'язок між вчасно проведеним маркетингом і наступним вдалим позиціонуванням підприємства в конкурентному середовищі і отриманим прибутком.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій**. Значна увага вчених зосереджена на визначенні сутності маркетингових досліджень, їх етапів. Вітчизняна школа маркетингу постійно розвивається. Становленню і розвитку української наукової маркетингової думки сприяли роботи багатьох вчених, серед яких: М. І. Бєлявцева, Ст. Н. Воробйова, Скибінський С. В., Кисільова Т. Л., Гаркавенко С. С., Дриль О. І. та інші. Вчені розглядали етапи маркетингових досліджень, їх цілі і завдання, принципи ведення та інші питання. Незважаючи на значну кількість досліджень у даній галузі знань, автори не представили чіткого алгоритму розробки маркетингового дослідження та його впровадження [2 с. 35].

**Мета.** Дослідити проблеми та визначити перспективи розвитку міжнародного маркетингу в Україні.

**Виклад основного матеріалу дослідження**. Розширення зовнішньоекономічних зв'язків полягає в експорті та імпорті, міжнародних аукціонах і торгах, грошових інвестиції в закордонні підприємства і, нарешті, в існуванні світового ринку товарів і послуг, де особливе місце займають транснаціональні корпорації, що діють у багатьох країнах, використовують зарубіжні виробничі і збутові відділення, які фактично працюють на світовий ринок в цілому.

Все це передбачає необхідність міжнародного маркетингу – особливого комплексу заходів з реалізації товарів і послуг за межами своєї країни. Мова тут йде про міжнародні фірми, сферу виробничої і комерційної діяльності, що поширюється на закордонні держави і характеризується наявністю філій і дочірніх компаній, технологічним кооперуванням та спеціалізацією, спільністю ресурсної бази, централізацією управління та підконтрольністю.

Із погляду варіантності й динамічного розвитку, міжнародний маркетинг може бути застосованим до будь-яких економічних систем, і тому глибоке дослідження потенціалу його використання в умовах активних соціально- економічних трансформацій має і теоретичний, і практичний інтерес. Як управлінський атрибут ринкової економіки міжнародний маркетинг передбачає вибір та адаптацію засобів маркетингової підтримки інтеграційного підприємництва в конкуренто напруженому середовищі світових ринків [5, с.8].

Підприємства зустрічають сьогодні жорстоку конкурентну боротьбу. Щоб вижити в цій боротьбі і досягти успіху, необхідно використовувати можливості маркетингу. Саме на основі міжнародної маркетингової діяльності проводиться більшість комерційних операцій на світовому ринку.

© М. В. Літвиненко, Ю. А. Бережна, О. О. Літвиненко, 2017

Спеціальними дослідженнями встановлено, що більше 75 % комерційних невдач відбувається через помилки в маркетинговій діяльності [1].

Сучасний розвиток української економіки вимагає формування нового типу управлінської поведінки суб'єктів господарювання, який би якісно відповідав вимогам і тенденціям менеджменту світового рівня та функціонально захищав інтереси економічних суб'єктів в інтеграційного і конкуренто напруженому ринковому середовищі. Це потребує збалансованої управлінської діяльності й обґрунтованого використання функцій міжнародного маркетингу для створення системи управлінських пріоритетів у виконанні триєдиного завдання міжнародного маркетингу – забезпечення ринкових переваг продукту, компанії та країни і реалізації їх конкурентного потенціалу в інтеграційному економічному просторі [7, с. 90].

Із погляду реалізації управлінських заходів міжнародний маркетинг можна визначити як функцію забезпечення процесу планування та здійснення підприємницької діяльності в умовах інтеграції ринку з метою створення умов, що є найбільш сприятливими для інтеграційного бізнесу. Одночасно під час виходу на зовнішні ринки з'являється специфіка, яка не піддається контролю підприємства – учасника зовнішньо економічної діяльності , але потребує обов'язкового обліку. Так, специфіка маркетингу у зовнішньо економічній діяльності підприємства міститься:

– в обліку впливу національних урядів за допомогою використання різних (як економічних, так і адміністративних) інструментів впливу на іноземний елемент на власній території;

– у різноманітті ринкових умов, організації та динаміки ринків: для одного і того ж самого товару умови ринку в різних країнах можуть відчутно відрізнятися за факторами наявності товарів – аналогів, попиту, купівельної спроможності населення, типу ринку певного товару;

– у різноманітті соціокультурного контексту купівельних і споживацьких звичок [8, с. 60].

Важливо також зазначити, що одним із найсуттєвіших моментів успішної комерційної поведінки на світових ринках є відповідність конкретних функціональних проявів міжнародної маркетингової діяльності потребам забезпечення сучасних концептуальних засад міжнародного маркетингу, що зумовлює використання принципових положень загальної концепції маркетингу в процесі реалізації окремих управлінських заходів міжнародного маркетингу, зокрема:

– комплексного дослідження світової ринкової кон'юнктури, передусім змін у сфері суспільних потреб;

– використання інформації про ринок для розробки нових видів продукції, здатних задовольнити потреби світового ринку, що динамічно змінюються;

– обґрунтування оптимальних методів виходу й організаційних форм присутності компанії за кордоном і створення бізнес-альянсів для ефективної експансії зарубіжних ринків;

адаптація «домашньої» маркетингової стратегії до умов зарубіжного ринкового середовища, зокрема організації виробництва та збуту в умовах міжнародного поділу праці, спеціалізації та кооперування з метою досягнення максимального комерційного ефекту [6, с. 245].

Українські підприємства стикаються зі складною і швидкоплинності макросередовищем, якій притаманні економічна рецесія і руйнування традиційних ринків збуту, зростаюча конкуренція і більш вимогливі споживачі.

Саме тому виникає необхідність розвитку міжнародного маркетингу як сукупності сформованих у світовій практиці методів комплексного вивчення ринків, виявлення нових потреб і мінливих переваг покупців, методів створення ефективних каналів реалізації товарів і послуг, проведення рекламних кампаній з системою відповідних служб і методів управління на підприємствах.

У сучасних умовах, у зв'язку з мінливим характером світового ринку, перенасиченого високоякісними і різноманітними товарами, міжнародний маркетинг набуває всезростаючий значення [8 с 97].

На сьогоднішній день розвиток концепції маркетингу на українських підприємствах може бути визначено як рух від збутової орієнтації у бік споживчої орієнтації. Аналіз функцій маркетингу, що практикуються українськими підприємствами, показав, що підтримка і стимулювання збуту, розглядаються як найбільш важливі аспекти маркетингової діяльності, у той час як вивчення потреб покупців надається істотно менше значення [6 с. 124].

Однак існують проблеми розвитку сучасного міжнародного маркетингу, які пов'язані з тим, що спроби видати маркетинг за універсальний засіб від важких недуг сучасної економіки залишаються безуспішними. Проблеми існують, але не можна не визнати, що використання принципів маркетингу – це двигун прогресу, оскільки маркетинг є новим засобом конкурентної боротьби.

На розвиток сучасного міжнародного маркетингу впливає ряд глобальних чинників [2, с. 312]:

– наявність безліч нових держав після розпаду світової соціалістичної системи, які незважаючи двадцятирічний термін ще не до кінця визначилися в своїй політиці і своїх інтересах;

– політична та економічна криза в Східній Європі і СНД, що переростає в багатьох регіонах у військово-політичну;

– криза світової фінансово-кредитної системи; – технологічна революція;

– загострення енергосировини, екологічної та продовольчої проблем;

– посилення взаємозалежності національних господарств, їх економічної політики;

– подолання міжсистемних суперечностей між країнами, що проявляється у визнанні конкуренції як головного чинника, що забезпечує рівновагу внутрігосподарського розвитку.

Наша держава на даному етапі вийшла на принципово інший рівень інтеграції у світовий ринок і тепер проблема розвитку принципів сучасного міжнародного маркетингу стоїть перед тисячами українських фірм різних форм власності, що виходять на зарубіжні ринки.

На жаль, нестабільна економічна і політична ситуація в країні поки що не дозволяє в повній мірі реалізувати основні положення концепції маркетингу. Крім того, психологічно українські споживачі в більшості своїй ще не готові до провідної ролі «диктатора» ринку. Тому в такій досить неординарної ситуації на ринку виграє той, хто зможе найбільш оптимально застосувати цілісну концепцію міжнародного маркетингу до української дійсності [7 с. 15].

Перед фірмами, що займаються міжнародним маркетингом, стоїть головне завдання підходити до прийняття рішень у цій області послідовно і комплексно.

По-перше, необхідно розбиратися в міжнародному маркетинговому середовищі і, зокрема, в особливостях системи міжнародної торгівлі. При розгляді конкретного зарубіжного ринку потрібно виходити з оцінки його економічних, політико-правових і культурних особливостей.

По-друге, фірма повинна вирішити, який відсоток загального обсягу своїх продажів вона планує здійснити на зовнішніх ринках, чи буде вона діяти тільки в кількох або багатьох країнах; а також у країнах якого типу вона припускає працювати.

По-третє, фірмі необхідно визначити, на які конкретні ринки слід вийти, а це вимагає оцінки ймовірного рівня доходів на вкладений капітал у зіставленні зі ступенем існуючого ризику.

По-четверте, фірмі необхідно вирішити, як саме виходити на кожен привабливий для неї ринок – з допомогою експорту, спільної діяльності або прямого інвестування.

І нарешті, фірмі потрібна ефективна організаційна структура, спеціалізована на діяльність з міжнародного маркетингу. Більшість фірм, починаючи з організації експортного відділу, закінчують створенням міжнародного філіалу. Однак деякі йдуть далі і з часом перетворюються на транснаціональні компанії, найвище керівництво яких вже займається плануванням маркетингу та його управлінням в глобальному масштабі.

Важливо також зазначити, що одним із найсуттєвіших моментів успішної комерційної поведінки на світових ринках є відповідність конкретних функціональних проявів міжнародної маркетингової діяльності потребам забезпечення сучасних концептуальних засад міжнародного маркетингу, що зумовлює використання принципових положень загальної концепції маркетингу в процесі реалізації окремих управлінських заходів міжнародного маркетингу, зокрема:

– комплексного дослідження світової ринкової кон'юнктури, передусім змін у сфері суспільних потреб;

– використання інформації про ринок для розробки нових видів продукції, здатних задовольнити потреби світового ринку, що динамічно змінюються;

– обґрунтування оптимальних методів виходу й організаційних форм присутності компанії за кордоном і створення бізнес-альянсів для ефективної експансії зарубіжних ринків;

– адаптація «домашньої» маркетингової стратегії до умов зарубіжного ринкового середовища, зокрема організації виробництва та збуту в умовах міжнародного поділу праці, спеціалізації та кооперування з метою досягнення максимального комерційного ефекту [6, с. 245].

**Висновки.** Аналіз ситуації показує, що інтенсифікація міжнародної маркетингової діяльності відбувається залежно від обставин, що впливають на підприємницьку поведінку суб'єкта в умовах інтеграційного ринку. Критеріями рівня застосування міжнародного маркетингу можуть бути:

– етапи експансії зарубіжного ринку;

– форми присутності на міжнародних ринках;

– інтенсивність взаємодії із зарубіжними партнерами;

– регулярність зовнішньоекономічних операцій;

– особливості корпоративних засад менеджменту.

Отже, визначивши основні проблеми міжнародного маркетингу та перспективи для впровадження його основні принципи в національній системі розвитку цієї сфери, необхідно відзначити, що на даному етапі в нашій країні існує ряд передумов для успішного переходу до міжнародних стандартів діяльності та функціонування в області маркетингу.

Приєднуємось до переконання більшості вітчизняних вчених, що Україну очікує оптимістичне майбутнє. І найближчим часом, але тільки за умови невідкладного формування привабливого інвестиційного клімату, встановлення спільних «правил гри в маркетингу» для всіх суб'єктів господарської діяльності та безумовного забезпечення стабільного законодавства, що регулює ринкові відносини.

**Список літератури**

1. *Котлер Ф.* «Маркетинг у третьому тисячолітті» вид-во АСТ , 2000р.
2. *Решетнікова В.* Етапи становлення та розвитку маркетингу в Україні / Решетнікова Ірина//Маркетинг в Україні. – .2006. – №5. – С. 15-18,
3. *Мороз Л.* Розвиток теорії і практики маркетингу в Україні: здобутки і проблеми /Людмила Мороз // Маркетинг в Україні. – 2004. –№6. – 13-15.
4. *Длігач А.* Тенденції розвитку маркетингу в Україні /Андрій Длігач // Маркетинг в Україні. – 2005. – №1. – 11-14.
5. Міжнародний маркетинг, підручник *А. С. Буров.* вид-во «Дашков і До», Москва 2005р.
6. *Лилик І.* Ринок маркетингових досліджень в Україні 2011: експертна оцінка та аналіз УАМ. [Електронний ресурс]. —

Режим доступу: URL: http://uam.in.ua/rus/clubs/mi-directors-club/meetings/1786/

7. *Дриль О. І.* Маркетингові дослідження ринку (на прикладі ринку телекомунікацій). [Електронний ресурс]. — Режим доступу: URL:http://www.nbuv.gov.ua/portal/natural/VNULP/Logistyka/2008_633/30.pdf

8. Marketing Media Review 2009-2010 рр.[Електронний ресурс] – Режим доступу до журн.: http://mmr.ua/

**References (transliterated):**

1. Kotler F. «*Marketynh u tret'omu tysyacholitti*» vyd-vo AST , 2000r.

2. Reshetnikova V. *Etapy stanovlennya ta rozvytku marketynhu v Ukrayini* / Reshetnikova Iryna//Marketynh v Ukrayini. – .2006. – No 5. – P. 15-18,

3. Moroz L. *Rozvytok teoriyi i praktyky marketynhu v Ukrayini: zdobutky i problemy* /Lyudmyla Moroz // Marketynh v Ukrayini. – 2004. –No 6. – 13-15.

4. Dlihach A. *Tendentsiyi rozvytku marketynhu v Ukrayini* /Andriy Dlihach // Marketynh v Ukrayini. – 2005. – No1. – 11-14.

5. *Mizhnarodnyy marketynh*, pidruchnyk A. S. Burov. vyd-vo «Dashkov i Do», Moskva 2005r.

6. Lylyk I. *Rynok marketynhovykh doslidzhen' v Ukrayini* 2011: ekspertna otsinka ta analiz UAM. [Elektronnyy resurs]. — Rezhym dostupu: URL: http://uam.in.ua/rus/clubs/mi-directors-club/meetings/1786/

7. Dryl' O. I. *Marketynhovi doslidzhennya rynku* (na prykladi rynku telekomunikatsiy). [Elektronnyy resurs]. — Rezhym dostupu: URL:http://www.nbuv.gov.ua/portal/natural/VNULP/Logistyka/2008_633/30.pdf

8. Marketing Media Review 2009-2010 rr.[Elektronnyy resurs] – Rezhym dostupu do zhurn.: http://mmr.ua/

*Надійшла (received) 26.09.2017*

*Бібліографічні описи / Библиографические описания / Bibliographic descriptions*

**Міжнародний маркетинг – проблеми та перспективи розвитку в Україні/ М. В. Літвиненко, Ю. А. Бережна, О. О. Літвиненко//** Вісник НТУ “Харківський політехнічний інститут” (економічні науки). – Х.: НТУ „ХПІ”. - 2017. - № 45(1266).- С. 64-67 . Бібліогр. 8 назв. – ISSN 2519-4461.

**Международный маркетинг - проблемы и перспективы развития в Украине / В. Литвиненко, Ю. А. Бережная, А. А. Литвиненко//** Вестник НТУ “Харьковский политехнический институт” (экономические науки). – Х.: НТУ „ХПИ”. - 2017. - № 45(1266).- С. 64-67 . Библиогр.: 8 названий. – ISSN 2519-4461.

**International Marketing - Problems and Prospects of Development in Ukraine / M. V. Litvinenko, Yu. A. Berezhna, A. A. Litvinenko//** Bulletin of NTU "Kharkiv Polytechnic Institute" (economic sciences). – Kharkiv.: NTU "KhPI". - 2017. - № 45(1266).- P. 64-67 . Bibliogr.: 8 names. – ISSN 2519-4461.

*Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors*

***Бережна Юлія Андріївна*** – магістр Національного технічного університету «Харківського політехнічного інституту». (095) 873-82-01., e-mail gangaljul@gmail.com

***Бережная Юлия Андреевна*** – магистр Национального технического университета «Харьковского политехнического института». (095) 873-82-01., e-mail gangaljul@gmail.com

***Berezhnaya Julia Andreevna*** - Master of the National Technical University of the Kharkiv Polytechnic Institute. (095) 873-82-01., e-mail gangaljul@gmail.com

***Літвиненко Марія Владиславна***– кандидат техничних наук, доцент Національного технічного університету «Харківського політехнічного інституту». (095) 501-94-89, e-mail dozeentt@gmail.com

***Литвиненко Мария Владиславна*** - кандидат технических наук, доцент Национального технического университета «Харьковского политехнического института». (095) 501-94-89, e-mail dozeentt@gmail.com

***Litvinenko Maria Vladislavna*** **-** Candidate of Technical Sciences, associate professor of the National Technical University "Kharkov Polytechnic Institute". (095) 501-94-89, e-mail dozeentt@gmail.com

***Літвиненко Олександра Олександрівна*** – студент Національного технічного університету «Харківського політехнічного інституту».( 097)801-44-30., dozeentt@gmail.com

***Литвиненко Александра Александровна*** – студент Национального технического университета «Харьковского политехнического института». ( 097)801-44-30., dozeentt@gmail.com

***Litvinenko Aleksandra Aleksandrovna*** **–** student of the National Technical University of the Kharkiv Polytechnic Institute. ( 097)801-44-30., dozeentt@gmail.com

УДК 334.78

***В.В.ВИНОГРАДОВ***

# РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ МАШИНОБУДУВАННЯ НА ОСНОВІ КЛАСТЕРНОГО ПІДХОДУ

Пропонується аналіз застосування кластерного підходу в країнах Європейського союзу і світі в цілому, як ефективної форми політики регіонального розвитку і нового способу розвитку національної, регіональної та місцевої економіки. Досліджено досвід підвищення конкурентоспроможності економіки на основі кластерного підходу Польщею, як країни економіка якої пройшла шлях трансформації від соціалістично - планової моделі до ринкової капіталістичної і який можна застосувати для розвитку промисловості України. Встановлено потенційні переваги кластерізації регіону та можливість врахування цих аспектів у розробці кластерного підходу для підвищення конкурентоспроможності машинобудівної галузі України. Встановлено роль політики Державної підтримки кластерної ініціативи для динамічного розвитку кластер них структур. Зроблено висновки про важливість кластерної ініціативи, направленої на інтернаціоналізацію кластерів, які стають осередком взаємного обміну досвідом та посиленню передачі технологій з найбільш інноваційних центрів у Європі.

**Ключові слова:** кластерний підхід, транскордонні кластери, бенчмаркінг кластерів, інтернаціоналізація кластерів.

Предлагается анализ применения кластерного подхода в странах Европейского союза и мире в целом, как эффективной формы региональной политики и нового способа развития национальной, региональной и местной экономики. Исследован опыт повышения конкурентоспособности экономики на основе кластерного подхода Польшей, как страны, экономика которой прошла путь трансформации от социалистически - плановой модели к рыночной капиталистической и который можно применить для развития промышленности Украины. Выявлены потенциальные преимущества кластеризации региона и возможность учета этих аспектов в разработке кластерного подхода для повышения конкурентоспособности машиностроительной отрасли Украины. Установлена роль политики Государственной поддержки кластерной инициативы для динамичного развития кластерных структур. Сделаны выводы о важности кластерной инициативы, направленной на интернационализацию кластеров, которая становятся центром взаимного обмена опытом и усилением передачи технологий из самых инновационных центров в Европе.

**Ключевые слова:** кластерный подход, трансграничные кластеры, бенчмаркинг кластеров, интернационализация кластеров.

Proposed the analysis of application of the cluster approach in the countries of the European Union and the world as a whole, as an effective form of regional policy and a new way of development of the national, regional and local economy. investigate the experience of increasing the competitiveness of the economy on the basis of a cluster approach by Poland as a country whose economy has undergone a transformation from a socialist - planned model to a market capitalist one and which can be applied for the development of Ukrainian industry. Potential advantages of clustering of the region are revealed and the possibility of taking these aspects into account in developing a cluster approach for enhancing the competitiveness of the machine-building industry in Ukraine. Established the role of the policy of the State support of the cluster initiative for the dynamic development of cluster structures . Conclusions are drawn about the importance of the cluster initiative aimed at the internationalization of clusters, which becomes the center of mutual exchange of experience and the strengthening of technology transfer from the most innovative centers in Europe. The expediency of further investigation of the mechanism of the cluster structure of Ukraine joining the international association with the Polish cluster for further joint entry into the European cluster alliance is revealed.

**Key words:** cluster approach, cross-border clusters, benchmarking of clusters, cluster internationalization.

**Вступ.** Світовий досвід показав дієвість кластерного підходу у розвитку конкурентоспроможності економіки країн на світовому ринку. Масштабне організаційно-економічне реформування промислового сектору України є ключовим вектором ефективної інтеграції у світогосподарський простір підприємств машинобудування. Сучасний стан машинобудівної галузі України потребує розробки дієвого механізму реформації для виходу підприємств на нові зовнішньоекономічні ринки збуту, що обумовлює необхідність дослідження впливу кластерного підходу на розвиток підприємств машинобудування.

Перехід України до ринкової моделі економіки довів неефективність організаційно-економічного управління цього процесу протягом останніх чверть століття. Період становлення незалежної Держави, виявив не готовність до різких змін і до відкритості зовнішніх ринків, що привело до масштабної структурної деградації машинобудівної галузі промисловості. Зокрема, до таких структурних змін промислового сектору привели наслідки спеціалізації України на низько технологічних енерго- і ресурсоємних виробництвах, які залишились у спадщину від «радянського минулого» і які ґрунтувались на моделі централізованої планової економіки радянського союзу, що потребувало різких змін при переході до ринкових відносин молодої країни з глобальним світогосподарством.

**Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими чи практичними завданнями.** Зміна вектору економічних зв'язків України, вимагає від науковців розробки нових підходів для масштабного організаційно-економічного реформування промислового сектору, який традиційно відіграє найвпливовішу роль у економіці країни і є шляхом ефективної інтеграції у світогосподарський простір підприємств машинобудування України.

Доцільність вивчення позитивного досвіду застосування кластерного підходу для розбудови економіки Республіки Польщі, як приклад виходу з економічної кризи країни з подібним економічним розвитком було виявлено у дослідження автора[1].

Такі високі темпи зростання економіки Республіки Польщі обумовлені перед усім формуванням в регіонах інноваційних кластерних об'єднань, тому одним з основних пріоритетів України є максимальне використання значного потенціалу торгівельно-економічного та інвестиційного співробітництва між нашими країнами[7].

© В. В. Виноградов, 2017

Отже дослідження кластерних ініціатив в Республіки Польщі, як чинника реформування промислової галузі економіки обумовлює актуальність цього дослідження.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій, у яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спирається автор.** Вивченню кластерного підходу, як чинника розвитку економіки присвятили свої праці такі вчені, як П.Бубенко, Н.Герасимчук, О.Горняк, М.Мельникова, Л.Петкова, В.Письмак, В.Ратушняк, Г.Семенов, О.Фіщук, І.Швець та інші. Вітчизняним дослідником кластерізації С.І. Соколенко зроблено вагомий внесок в розвиток даного напрямку в Україні. Слід визначити практичні здобудки в провадження кластерних ініціатив в Польщі такими науковцями: Б. Плавго, Є. Бояр, С. Золтка, З. Олесінський[6]; М. Джерзановский, М. Рубашка, [4] та інші. Однак вплив кластерного підходу на розвиток підприємств машинобудування не досліджена повною мірою, що потребує додаткового вивчення.

**Метою роботи є** дослідження кластерного підходу, як основного механізму інноваційного розвитку підприємств машинобудування в України на прикладі розвитку машинобудівних кластерів Республіки Польщі, як основного механізму інноваційних змін і розвитку конкурентоспроможності економіки країни.

**Викладення основного матеріалу дослідження.** Аналізуючи досвід найбільш розвинених регіонів світу можна встановити розвиток їх конкретних соціально-економічних структур в межах кластерів, які безспірно сприяють підвищенню конкурентоспроможності регіону і, отже, високі темпи зростання. З точки зору кластерів регіональна економіка зосереджена на появі нових зв'язків між компаніями, галузями, секторами економіки та взаємовідносинами між компаніями і установами міжрегіонального середовища. У рамках концепції розвитку кластерів підприємства та галузі сприймаються як частина більшої системи, а не як окремі одиниці. Цей сучасний, кластерний підхід впливає на регіональну та місцеву політики, які тепер повинні бути спрямовані на підвищення конкурентоспроможності регіонів шляхом виявлення найбільш конкурентоспроможних на міжнародному рівні кластерів і створення сприятливих умов для їх розвитку. Сучасні концепції регіонального розвитку припускають, що розвиток є функцією конкурентоспроможності [2].

У дослідженні автор виходить з класичного визначення, в економічній літературі, Майклом Е.Портером поняття «кластер», як то групу географічно сусідніх взаємопов'язаність компаній і пов'язаних з ними організацій, що діють в певній сфері, що характеризуються спільністю діяльності та взаємодоповнюють один одного. При цьому кластер може охоплювати як територію одного міста або регіону, так і охоплювати усю країну або декілька сусідніх країн [3, с.258].

Кластерні структури успішно функціонують у багатьох країнах світу як з розвинутою економікою, так і в країнах які розвиваються (Індія, Аргентина, Бразилія, Корея та інші). Найбільша кількість кластерних структур ( 168 кластерів або 19,9 % від загальної їх кількості ) функціонує у Великобританії. У США, Франції, Італії,Данії та Німеччині, відповідно 152, 106, 72, 34 та 32 кластери, в Індії існує 96 кластерних структур[1].

Темпи розвитку виробничих кластерів свідчать про вагоме значення таких утворень для розвитку європейської економіки, що відображено в рекомендаціях Організації Об'єднаних націй по промисловому розвитку(UNIDO) для допомоги взаємодії урядам європейських країн та приватного бізнесу у розробці й впровадження програм розвитку кластерів та мереж підприємств[1].

Зміна вектору економічного розвитку України та інтеграція країни до Європейського Союзу, з урахуванням спільного кордону між Україною та країнами ЄС, не може не впливати на формування нової системи відносин як між державами, так і їх прикордонними регіонами на заході України. Складні процеси взаємозв'язку у глобальному світі викликають термінову потребу у розробці та реалізації сучасних принципів, форм, методів, механізмів євро регіональної інтеграційної політики України та країн ЄС, які набули досвіду і ефективно реформували свою економіку.

Автор дійшов висновку, що кластерний підхід - це розробка і впровадження механізму управління географічно поєднаною групою компаній, взаємно поріднених в певній сфері економічних інтересів, який направлений на підвищення конкурентоспроможності такого об'єднання як в регіональному так і світо господарському просторі[1].

Аналізуючи застосування кластерного підходу в країнах Європейського союзу і світі в цілому, можна припустити, що політика пропагування кластерів стане найбільш ефективною формою політики регіонального розвитку і кластерний підхід стане новим способом розвитку національної, регіональної та місцевої економіки, так як така модель господарювання поєднує територіальні фактори і розвиток зв'язків між підприємствами всередині кластеру. Специфіка цього підходу полягає, перш за все, в тому, щоб привернути увагу до взаємозв'язку та нової ролі компаній, органів влади та інших інституцій, що прагнуть зміцнити свою конкурентоспроможність. Кластерний підхід акцентує факт, що конкурентна перевага в значній мірі залежить від факторів, що знаходяться поза даної компанії, або навіть за межами сектора, і, отже, обумовлено об'єктами призначення.

Існування кластерів сприяє підвищенню ефективності створення ключових конкурентних факторів, таких як інновації та навчання. Концепція створення кластера повинна враховувати динаміку розвитку утворених ним об'єктів, а також взаємозв'язок між ними.

Можна погодитись і визнати важливість кластерів для економічного розвитку регіонів з результуючим задоволенням необхідності адаптації регіональних і місцевих стратегій для просування такого роду економічних і соціальних структур. При цьому треба взяти до уваги застереження фахівців, які визначають, що немає універсального рецепту підтримки кластерів, які можуть використовуватися в різних умовах, оскільки пряма підтримка може бути менш ефективною. Так Р. Р. Нельсон зазначає, що: ефективна політика базується насамперед на забезпеченні правильної інфраструктури та нормативної бази для окремих секторів. В принципі (за деякими винятками) ефективна промислова політика повинна

уникати підтримки окремих компаній та певних вузько визначених технологій[6.,с.8].

Також застереження фахівців стосується підтримки урядом кластерних ініціатив, а саме уряд не повинен використовувати вибір «тактики переможця». Сучасне протиріччя між поняттям про те, що не сприяє конкретній галузі та відповідності адаптації підтримки потребам компаній, що працюють у певній галузі, доводить деяких фахівців до висновку, що найкращою політикою підтримки кластерів є відсутність такої політики[8,с.10].

Наприклад, польські фахівці вважають, що діяльність органів влади повинна зосереджуватися лише на забезпеченні належного функціонування системи вищої освіти та зацікавленості у високому рівні конкуренції. При цьому визначають необхідність диференціювати підхід, який залежить від розміру підтримуваних компаній та від прийнятності преференцій для районів із затримкою розвитку. Ці аспекти особливо важливі для використання активної регіональної політики на основі концепції кластерів в контексті розвитку східних регіонів Польщі, як найменш розвинених областей в Польщі та в усьому Європейському Союзі[6, с.8].

Автор вважає актуальним вивчення досвіду підвищення конкурентоспроможності своєї економіки на основі активного формування промислових кластерів з Польщею, як країни економіка якої пройшла шлях трансформації від соціалістично-планової моделі до ринкової капіталістичної[1].

Відомий сучасний фахівець Соколенко С.І. вважає початок процесу кластерізації Польщі одним з факторів успіху трансформації економіки країни, якому сприяла діяльність малих і середніх підприємств, що займають майже 99,8 % від загальної кількості (2,5 млн. підприємств) і надають роботу більш ніж 7 млн. осіб( понад 2/3 робочих місць від загальної кількості). При цьому малі і середні підприємства забезпечують приблизно 50 % польського ВНП, 50 % - експорту, а також 60 % імпорту країни[5].

Дослідження Соколенко С.І. показали, що значні зусилля в Польщі вкладаються в розвиток конкурентоздатних кластерних об’єднань (як в традиційній, так і в hi-tech сфері) і в їх інтернаціоналізацію. В сучасній польській промисловій політиці сформувався комплексний інтегрований підхід: кластерна політика стала важливим елементом як інноваційної політики (knowledge - based economy), так і регіональної (bottom -up approach) і промислової політики (horizontal approach)[5].

Можна погодитись з висновками дослідника, які знайшли своє підтвердження у доповіді « Cluster Benchmarking in Poland- Edition 2014. General Report» щодо узагальнені результатів опитування, проведеного в рамках Польської агенції Ініціатива з розвитку підприємництва з метою оцінки якості і впливу роботи кластера з точки зору їх суб’єктів. Бенчмаркінг кластерів встановив стійку тенденцію до розвитку кластерізації в Польщі.

Дослідженням визначено роль кластерів у польській економіці, які за останні два роки показали ріст зайнятості осіб в кластер них структурах більш ніж на 7%. При цьому загальне число працюючих осіб в цей період в Польщі вже практично залишалися стабільними. Отже зростання зайнятості в кластерах є доказом того, що вони концентруються в об'єкти, які характеризуються великою конкурентоспроможністю.

Також дослідження підтвердило природну особливість кластерів як прогресивного інноваційного середовища. Таким чином бенчмаркінг показав високу ступінь доведеності ролі кластерів як про-інноваційного середовища та те, що кластери можуть розглядатися в якості ключового інструменту вдосконалення інноваційної діяльності як національних так і регіональних економік. Вони повинні стати предметом національних і регіональних інноваційних стратегій та оперативних програм, оскільки вони стосуються сприяння інноваціям. Дослідження показало, що кластери також слід розглядати в якості цінного будівельного блоку соціального капіталу в Польщі[5].

Теоретичні аналізи та численні тематичні дослідження показують, що кластерний підхід позитивно впливає на продуктивність та конкурентоспроможність суб'єктів господарювання в певному регіоні. У той же час позитивні ефекти, пов'язані з функціонуванням кластера, не обмежуються лише його учасниками, а через так звані, «поширені ефекти» також проникають у навколишнє середовище, впливаючи на конкурентоспроможність та інновації місцевої, регіональної та національної економіки.

Автор погоджується з визначеними фахівцями (табл.1) потенційними перевагами кластерізації регіону і вважає за можливе врахування цих аспектів у розробці кластерного підходу для підвищення конкурентоспроможності машинобудівної галузі України. Одним з аспектів переваг кластерізації ( таб.1) визначено політику уряду - «лобіювання фінансування ЄС», що спілкується з попередніми дослідженнями автора[1], так як важливим фактором фінансової стабільності кластера є забезпечення доступу до зовнішніх публічних джерел фінансування, які повинні бути об'єднані з реалізацією цілей економічної політики, зокрема, як розвиток провідних національних і регіональних секторів (smart specialisations) з використанням кластерів.

При цьому бенчмаркінг кластерів Польщі показав, що розробка будь-якої моделі управління кластером не можлива без урахування розміру кластеру та його економічного потенціалу.

Таблиця 6 - Потенційні переваги кластеризації

| Переваги | Види переваг |
|---|---|
| Економічна взаємодія | Координатор покупок / об'єднання магазинів.<br>Зниження конкуренції в кластері.<br>Можливість створення спільного підприємства з іншими регіональними компаніями.<br>Доступ до високоякісних послуг.<br>Можливість використовувати досвід партнерів<br>Можливість зниження виробничих витрат.<br>Отримати переваги спеціалізації та / або збільшення масштабу виробництво.<br>Посилення позицій по відношенню до постачальників та зниження собівартості доставки. |

| | |
|---|---|
| | Посилити свою позицію щодо своєї аудиторії. |
| Інновації і технології | Забезпечення інновацій, нових технологій.<br>Дифузія інновацій у кластері.<br>Встановлення спільних технічних стандартів.<br>Аналіз тенденцій розвитку технології.<br>Просте введення нових технічних рішень.<br>Злиття фінансових ресурсів для інвестицій. |
| Політика уряду | Краще співпрацювати з місцевими органами влади.<br>Лобіювання розвитку інфраструктури.<br>Поліпшення регулювання.<br>Лобіювання державних субсидій.<br>Лобіювання фінансування ЄС.<br>Лобіювання уряду щодо фінансування кластерних ініціатив. |
| Розширення кластера | Брендинг регіону.<br>Створення компаній в кластері.<br>Можливість спільного просування кластерної продукції.<br>Просте введення продуктів на внутрішній і зовнішній ринки.<br>Сприяти експорту кластерних компаній.<br>Сприяння розширенню кластраційних компаній на внутрішньому ринку.<br>Презентація кластерних компаній на виставках та ярмарках.<br>Проведення досліджень на потенційних експортних ринках.<br>Приплив нових кооперативних компаній та фахівців до регіону.<br>Приток прямих іноземних інвестицій у регіон. |
| Дослідження та створення мереж | Розвиток міжособистісних мереж.<br>Розвиток мереж між компаніями.<br>Покращення обізнаності компанії про участь у кластері.<br>Презентація звітів про кластер |
| Взаємодія з установами | Доступ до дослідницьких центрів.<br>Краща співпраця з консультантами, експертами.<br>Доступ до інформації про розвиток ринку.<br>Доступ до послуг, що пропонуються технологічними центрами.<br>Надання підтримки бізнесу.<br>Доступ до дослідницьких центрів.<br>Краща співпраця з консультантами, експертами.<br>Доступ до інформації та розвиток ринку.<br>Доступ до послуг, що пропонуються технологічними центрами. |
| Освіта та навчання | Доступ до спеціалізованої технології навчання.<br>Доступ до тренінгів з менеджменту.<br>Доступ до висококваліфікованого персоналу.<br>Адаптація системи освіти до потреб кластерних компаній. |

Дослідження виявило, що у Польщі існує безліч ініціатив та проектів, що стосуються поняття кластера та використання слова в назві, але генезис, цілі та структура цих проектів показують певну невідповідність цьому поняттю. Для ефективного функціонування кластерних структур може існувати бар'єри - так звані «важкі» (фізичні, технічні, регулятивні, адміністративні та законодавчі) та «м'які» (перш за все психічні бар'єри). Ряд досліджень, в тому числі за замовленням Міністерства економіки Інститутом ринкової економіки Гданська, показують, що схильність до співпраці з польськими компаніями та сферою науки та ділового середовища є низькою. У специфічних умовах Польщі особливу роль відіграють специфічні «м'які бар'єри», що виникають у контактах та співробітництві між самими компаніями, а також співробітництво між економічними суб'єктами та представником Міністерства досліджень та розвитку.

Це, безумовно, є похідним від порівняно короткого періоду розвитку сектора приватного підприємництва, яка характеризується інтенсивною конкуренцією на місцевому ринку[7].

Ряд досліджень показали, що схильність до співпраці з польськими компаніями, а також зі сферою навчання та бізнес-середовища знаходиться на низькому рівні. Хоча кластерізація в Польщі є відносно новим явищем та в останні роки можна побачити динаміку зростання кластерних ініціатив. Розглядаючи роль кластерів в якості каталізатора інноваційних процесів можна визнати, що кластери формуються в основному в високотехнологічних секторах, прикладами яких є: Великопольський Кластер Передові технології автоматизації ELPROTECH, кластер мультимедійних та інформаційних систем в Nowym Sączu або найпоширеніші кластери інформаційних технологій у Польщі (серед інших в Мазовецькому, Підкарпатському, Поморському або Західнопоморському воєводствах). Флагманом високотехнологічного кластеру в Польщі є Авіаційна долина в провінції Підкарпатська, де є сильна концентрація заводів авіаційної промисловості і навчальних центрів, що спеціалізуються в цих областях. Звертає на себе увагу той факт, що цей кластер розташований в одній з найменш розвинених регіонів в Європейському Союзі. Це показує, що навіть в районах з низьким рівнем інвестиційної привабливості, може бути регіони, які могли б служити в якості «полюсів зростання» та в якості джерела імпульсів регіонального розвитку. Це сприяє швидкому економічному зростанню, підвищенню продуктивності, збільшенню прибутку, збільшенню експорту та створення нових робочих місць завдяки динамічному зростанню кількості підприємств, отже конкурентна перевага даного регіону впливає на національний та часто на міжнародні рівні [7, с.13].

Польські фахівці не дійшли єдності щодо визначення чітких чинників формування кластерів. Але визначили сприятливі умови для його формування, серед іншого такі: історичні умови, наявність природних ресурсів, близькість ринків, наявність наукового персоналу. Початком кластера, на їх думку, можна вважати створення перших компаній з відповідною діяльністю в цьому районі, до яких згодом приєднуються постачальники, що створює нові робочі місця. Такі кроки формують спеціальний ринок праці, який є характерним для результативної діяльності. Існуючі «спостерігачі» вводять в дію,

створюються нові об'єкти, що пропонують свої послуги компаніям у галузі. Тоді компанії, що працюють за межами місцевого ринку, приєднуються до кластеру, запускають нові компанії та розширюють ринок праці. Формування взаємного співробітництва, яке виходить за межі відносин між постачальниками та одержувачами, але також має на меті створення нових продуктів та послуг, що сприяють створенню «високої» доданої вартості, що є останнім етапом створення і свідчення того, що кластер вже існує і функціонує [7, с.13].

Аналізуючи глобальний досвід розвитку кластерів,фахівці встановили, що кластери створюються у всіх галузях економіки, як у промисловості, так і в сфері послуг, хоча кластерні структури домінують у високо технологічних галузях. З цієї причини визнано підтримку кластерів - важливою складовою інноваційного розвитку. Політика кластерного підходу може застосовуватися на національному, регіональному та місцевому рівнях, а також на міжнародному рівні, направленої на підвищення конкурентоспроможності економіки шляхом стимулювання розвитку існуючих кластерів та виникнення нових. Важливим елементом кластерного підходу є зміцнення взаємодії всередині кластерів, в тому числі за допомогою таких інструментів, як мережі, центри передового досвіду, наукових і технологічних парків і т.д. Специфіка політики підтримки кластерів часто, полягає в тому, що вона зосереджується на підтримці конкретних кластерних структур, що не перешкоджає розвитку кластерного руху. Наприклад, у доповіді для міністерства економіки Нідерландів виділяється 4 моделі політики підтримки кластерів, які зосереджені на:

- створенні конкурентних переваг у ключових галузях економіки або стратегічних ланцюжках доданої вартості,
- підвищенні конкурентоспроможності сектору МСП(малих і середніх підприємств),
- стимулюванні регіонального розвитку,
- активізації співпраці між промисловістю та дослідженнями [9].

Дослідники зазначають, що на практиці реалізується поєднання різних моделей політики підтримки кластерів, яка зазвичай охоплює всі зазначені вище області одночасно, з урахуванням особливостей застосування конкретних інструментів як для країн так і для окремих регіонів. Це пов'язано з тим, що ми маємо справу з різними типами кластерів, включаючи, наприклад, кластерні або супутникові структури МСП, розташовані на різних стадіях розвитку (ембріональний, зростання, зрілість, кінцева стадія).

Автор погоджується, що це спостереження має важливе значення для формування політики підтримки кластерів, оскільки це зумовлює процесовий підхід, що веде до визначення оптимальної моделі та набору інструментів для даних умов та застосування відносно гнучких інструментів політики та підтримки. При цьому фахівці визначають важливість кластерної ініціативи для інтернаціоналізації кластерів - розвитку міжнародних мереж, які ведуть перед усім до взаємного обміну досвідом та посиленню передачі технологій з найбільш інноваційних центрів у Європі.

Інтернаціоналізація кластерів тепер набуває все більшого значення, що пов'язано з процесами глобалізації світової економіки та європейської інтеграції і пов'язаних потоків ресурсів кращі умови і підвищення спеціалізації виробничо-збутового ланцюга через національні кордони. Польський досвід виявив тенденцію, що відкриття нових ринків призвело до інтеграції кластерних ініціатив іноземних партнерів та міжнародного співробітництва. Таким прикладом у цій сфері є активна Участь Польщі у Європейському альянсі кластерів PRO INNO (PRO INNO European Cluster Alliance), яка є мережею міжнародних проектів, що об'єднують кластери, такі як:

- BSR InnoNET (Інноваційна мережа регіону Балтійського моря), в якому також беруть участь представники Міністерство економіки та Інститут ринкової економіки,
- INNET, в якому представлено Польське агентство з розвитку підприємництва,
- CEE-ClusterNetwork, де Польща представлена Агенцією розвитку Промисловості.

Таким чином залучення Польщі до Європейського альянсу кластерів привела до інтеграції регіонів у більш розвинені економіки, взаємному обміну досвідом, усуненню бар'єрів на шляху до тіснішої співпраці між кластерами і підтримці розвитку спільної діяльності між європейськими регіонами. Особливо примітним є участь в програмі BSR InnoNET (Інноваційна мережа регіону Балтійського моря), яка має такі стратегічні цілі: створення концептуальної основи формулювання та підтримки політики міжнародних кластерів в регіоні Балтійського моря, розробка однієї чи кількох спільних інноваційних програм, спрямованих на розвиток кластерів у країнах цього регіону, що стане одним з провідних європейських прикладів транснаціонального розвитку інновацій.

Один з позитивних прикладів участі Польщі в європейських заходах кластерного союзу має інтегрувати польські кластери в програму пілотних програм для інноваційних систем та кластерів (PIC) в програмі BSR Inno Net, яка поєднує чотири проекти, спрямовані на розвиток і інтернаціоналізацію кластерів та інноваційних систем в Балтійському регіоні. Програма є прикладом практичних дій для співпраці з транскордонними кластерами і створює ділову співпрацю на основі комерційних принципів. Іншим прикладом діяльності з інтернаціоналізації кластерних ініціатив є участь у проекті INNET «Програма підтримки розвитку міжнародного кластерного співробітництва в галузі досліджень, розвитку та інноваційних інновацій». Ця програма є внеском ПАРЄ для зміцнення міжнародної співпраці кластерів і розвитку інноваційних процесів для поліпшення конкурентної позиції МСП. Програма призначена для стимулювання міжнародного співробітництва та активізації існуючих кластерів з метою розробки заходів з використанням засобів, що виділяються з таких джерел, як рамкові програми, EUREKA та програм Eurostars, здійснюваних в рамках структурних фондів. Підтримка кластерів сприяє стимулюванню міжнародного співробітництва в кластерах в яких залучено малі і середні підприємства, що впливає на економічний і соціальний розвиток всього регіону. У результаті участі у Програмі, кластери, які працюють у Польщі, співпрацюють або співпрацюватимуть з технологічними партнерами з європейських кластерів, включаючи інших партнерів, таких як постачальники технологій, дослідницькі центри,університети, адміністрація самоврядування, великі компанії тощо. При цьому така підтримка міжнародного співробітництва

кластеру з іноземними партнерами в галузі досліджень та технологічного розвитку або інновацій зберігається протягом принаймні 2 років від дати завершення проекту. Таким чином кластери сприяють притоку іноземного капіталу до Польщі, що безумовно веде к поліпшенню економічного розвитку країни. В епоху економічної глобалізації, кластерні ініціативи зачіпають велику частину країни або регіону в процесі інтернаціоналізації виробництва, діючи ефективних засобів залучення прямих іноземних інвестицій (ПІІ) [7, с.31].

Отже розвиток кластерів у Польщі пов'язано зі збільшенням важливості кластерів для конкурентоспроможності і інноваційного розвитку економіки, що знайшло відображення в ряді програм і ініціатив, спрямованих на підтримку кластеризації, прийнятих органами державної влади. Європейським Союзом було визнано прийнятним висхідний підхід до створення кластерів (від низу до верху), вказуючи, що головні дійові особи, які ініціюють процес створення кластера, мають бути найбільшою мірою інтегровані на місцевому ринку. При цьому державні органи в створенні кластеру відіграють другорядну роль і повинні зосереджуватись на створенні необхідної інфраструктури у кластерному середовищі та пропонувати різні програми допомоги для підтримки процесу побудови кластерів, особливо на ранніх етапах їх роботи. Для продовження стабільного розвитку кластерів рекомендовано Міністерству економіки Польщі продовжувати початі ініціативи, такі як: реалізації розроблених урядом стратегій підвищення іноваційності економіки, продовження аналітичної роботи Центральним статистичним управлінням (GUS) з розробки методології ідентифікації кластерних структур та виявлення потенційних підприємств для утворення кластерів на майбутнє, також у фінансовій перспективі до 2020 років розробити додаткові інструменти підтримки кластерів.

Додатково виявлена потреба розробки юридичного вирішення прогалин( стандартні статути, протоколи та інші документи), які направленні на зменшення ризику з нерівномірного розподілу пільг між окремими членами кластера, що забезпече виконання і управління кластерами, які можуть виникнути внаслідок конфлікту інтересів. Також є нагальним врегулювання фінансування постійних витрат координатора кластерів, з метою стабілізації його діяльності та розширення горизонту його діяльності.

Це буде попереджати виникнення ситуації, в якій діючі інструменти підтримки базуються на фінансуванні конкретних завдань проекту, що може призвести до скорочення можливостей інноваційного розвитку. Таким вирішенням може бути захист прав інтелектуальної власності.

Отже у кожній конкретній структурі кластера, визначено зв'язки, які є співпрацею великої кількості підприємств та відділів досліджень і розробок, тому дії у цій структурі мають бути зосереджені на сприянні використанню прав інтелектуальної власності серед юридичних осіб, які створили кластер, а також юридичні та економічні консультативно-тренінгові організації у сфері придбання прав власності(придбання ліцензії). Знайшло своє підтвердження значимості бенчмаркенгу кластерів Польщі з «близнюками» іноземних кластерів, що дає додаткові чинники для більш результативного розвитку кластер них структур. Дієвими визначено семінари, які допоможуть організувати співпрацю між членами кластерів, особливо в галузі ділового співробітництва промислового з науковими підрозділами, що сприятиме підтримці створення і розвитку «Мережі співпраці та обміну інформацією між ученими та підприємцями» з точки зору інновацій та трансферу технологій.

Попри те, що автором виявлено на теперішній час, недостатніми зв'язки між промисловими підприємствами України та Польщі [1]для отримання швидкого економічного ефекту створення інтернаціонального промислового кластера, існує стійкий попит для пошуку таких зв'язків у майбутньому. Прикладом наведеного може стати запит Польської компанії «ZMUW Engineering S.A.**»,** яка спеціалізується на виробництві машин і механізмів для гірничодобувної промисловості та геологорозвідувальних робіт (модульних мобільних бурових установок, бурових інструментів) на офіційному сайті Міністерства економічного розвитку і торгівлі України про зацікавленість у співпраці з підприємствами-виробниками такої продукції в Україні[10] Отже приведені дослідження автора привели до наступних висновків.

**Висновки** Основними здобутками дослідження автор вважає підтвердження висновків, що розвиток кластерів у Польщі пов'язано зі збільшенням важливості кластерів для конкурентоспроможності і інноваційного розвитку економіки, що знайшло відображення в ряді програм і ініціатив, спрямованих на підтримку кластеризації, прийнятих органами державної влади. Встановлено важливість кластерної ініціативи, направленої на інтернаціоналізацію кластерів - розвитку міжнародних мереж, які ведуть перед усім до взаємного обміну досвідом та посиленню передачі технологій з найбільш інноваційних центрів у Європі. Виявлено доцільність дослідження досвіду кластерного підходу у розбудові економіки Республіки Польщі, в тому рахунку і розвитку кластерів машинобудівної галузі. При цьому дослідження автора показали необхідність подальшого дослідження процесу створення дієвого механізму входження кластерної структури України через інтернаціональне об'єднання з кластером Польщі, з метою подальшого входження до Європейського альянсу кластерів.

**Список літератури**


1. *Виноградов В.В.* Зовнішньоекономічна діяльність машинобудівних підприємств на основі кластерного підходу / *В.В.Виноградов* //ISSN 2519 – 4461. Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут»( економічні науки). - Х: НТУ «ХПІ».- 2017.- № 24(1246). - С. 19-25.
2. *Maskell P.,* The theory of the geographical agglomeration - Minimum requirements and a knowledge-based suggestion, w: Belussi F., Gottardi G. and Rullani,E. (eds.), The Technological Evolution of Industrial Districts, Kluwer Academic Publishers, Dordrecht 2003.
3. *Портер Майкл Е.* Конкуренция/ *Е.М.Портер* // пер. с англ.. - М.: Издательский дом «Вильямс». 2005. - 608с.
4. Rola klastrów w budowaniu gospodarki opartej na wiedzy// Gdańsk, Szczecin, 2011 r.-94 s.
5. *Соколенко С.І* Динаміка кластеризації економіки Польщі : уроки для України // *С.І. Соколенко* - Режим доступу: http: //ucluster.org / sokolenko/2010/04/dinamika-klasterizaci% D1%97-ekonomiki-polshhi-uroki-dlya-ukra% D1%97ni/ - Дата звертання 02.11.2017.

6. Raport Rozwoj struktur klastrowych w Polshe wschodniej // - Режим доступу: http://www.polskawschodnia.2007-2013. gov.pl /organizacjafunduszyeuropejskich/documents/ rozw %C3 %B3j% 20struktur%20 klastrowych% 20w% 20polsce% 20wschodniej %20 raport.pdf - Дата звертання 02.11.2017.
7. Kierunki i polityka rozwoju klastrów w Polsce/ Ministerstwo Gospodarki Departament Rozwoju Gospodarki// Warszawa, październik 2009.-36 s.
8. *A. Hoen, CPM Memorandum*, CPM Netherlands Bureau for Economic Policy Analysis, August 2001, s. 30.
9. *Boekholt P., Thuriaux B.*, Public policies to facilitate clusters: background, rationale and policy practicies in international perspective; w: OECD, Boosting Innovation: The Cluster Approach, OECD, Paryż 1999.
10. Міністерство економічного розвитку і торгівлі[Электронний ресурс] // - Режим доступу: http://www.me.gov.ua/ Documents/ Detail?lang=uk-UA&id=296c3336-cac4-4fc9-bdfa-6c4704d5f489&title=SpivrobitnitstvoZRespublikoiuPolscha-

**References(transliterated)**

1.Vynohradov V.V. *Zovnishnoekonomichna diialnist mashynobudivnykh pidpryiemstv na osnovi klasternoho pidkhodu* / V.V.Vynohradov //ISSN 2519 - 4461. Visnyk Natsionalnoho tekhnichnoho universytetu «Kharkivskyi politekhnichnyi instytut»( ekonomichni nauky). - Kharkov: NTU «KhPI».- 2017.- No 24(1246). - P. 19-25.
2. Maskell P., The theory of the geographical agglomeration - Minimum requirements and a knowledge-based suggestion, w: Belussi F., Gottardi G. and Rullani,E. (eds.), The Technological Evolution of Industrial Districts, Kluwer Academic Publishers, Dordrecht 2003.
3. Porter Maykl E. *Konkurentsyya* / E.M.Porter // per. s anhl.. - Moscow : Yzdatel'skyy dom «Vyl'yams». 2005. – 608p.
4. Rola klastrów w budowaniu gospodarki opartej na wiedzy// Gdańsk, Szczecin, 2011 r.-94 p.
5. Sokolenko S.I *Dynamika klasteryzatsiyi ekonomiky Pol'shchi : uroky dlya Ukrayiny* // S.I. Sokolenko - Rezhym dostupu: http:// ucluster.org/sokolenko/2010/04/dinamika-klasterizaci %d1%97-ekonomiki-polshhi-uroki-dlya-ukra %d1%97ni/ - Data zvertannya 02.11.2017.
6. Raport Rozwoj struktur klastrowych w Polshe wschodniej // - Режим доступу: http://www.polskawschodnia.2007-2013. gov.pl/organizacjafunduszyeuropejskich/documents/rozw%C3%B3j%20struktur%20klastrowych%20w%20polsce%20wschodniej%20raport.pdf – Data zvertannya 02.11.2017.
7. Kierunki i polityka rozwoju klastrów w Polsce/ Ministerstwo Gospodarki Departament Rozwoju Gospodarki// Warszawa, październik 2009.-36 p.
8. *A. Hoen, CPM Memorandum*, CPM Netherlands Bureau for Economic Policy Analysis, August 2001, P. 30.
9. *Boekholt P., Thuriaux B.*, Public policies to facilitate clusters: background, rationale and policy practicies in international perspective; w: OECD, Boosting Innovation: The Cluster Approach, OECD, Paryż 1999.
10. Ministerstvo ekonomichnoho rozvytku i torhivli[Эlektronnyi resurs] // - Rezhym dostupu: http://www.me.gov.ua/ Documents/Detail?lang=uk-UA&id= 296c3336-cac4-4fc9-dfa-6c4704d5f489&title=SpivrobitnitstvoZRespublikoiuPolscha-

*Надійшла (received) 26.09.2017*

*Бібліографічні описи / Библиографические описания / Bibliographic descriptions*

**Розвиток підприємств машинобудування на основі кластерного підходу/ В.В.Виноградов** // Вісник НТУ “Харківський політехнічний інститут” (економічні науки). – Х.: НТУ „ХПІ”. - 2017. - № 45(1266).- С. 68-74 . Бібліогр. 10 назв. – ISSN 2519-4461.

**Развитие предприятий машиностроения на основе кластерного подхода/ В.В.Виноградов//** Вестник НТУ “Харьковский политехнический институт” (экономические науки). – Х.: НТУ „ХПИ”. - 2017. - № 45(1266).- С. 68-74 . Библиогр.: 10 названий. – ISSN 2519-4461.

**Development of machine-building enterprises based on a cluster approach / V.V.Vynohradov** // Bulletin of NTU "Kharkiv Polytechnic Institute" (economic sciences). – Kharkiv.: NTU "KhPI". - 2017. - № 45(1266).- P. 68-74 . Bibliogr.: 10 names. – ISSN 2519-4461.

*Відомості про авторів/Сведения об авторах //About the Authors*

**Виноградов Володимир Володимирович**- Національний технічний університет «Харківській Політехничний Інстітут», аспірант; тел..:099-776-56-64.; e-mail: UA.Vladymyr.UA@gmail.com.

**Виноградов Владимир Владимирович -** Национальный технический университет «Харьковский Политехнический Институт», аспирант; тел..: 099-776-56-64.; e-mail: UA.Vladymyr.UA@gmail.com.

**Vynohradov Vladymyr Vladymyrovych** - National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute", postgraduate; tel..: 099-776-56-64 ..; e-mail: UA.Vladymyr.UA@gmail.com.

УДК 658.6

***І. А. ЮР'ЄВА***

# ВПРОВАДЖЕННЯ ПІДХОДІВ З ЕТИКИ БІЗНЕСУ В ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНОМУ ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

Запропоновано аналіз впровадження інтегративних підходів з етики бізнесу в системі інформаційно-комунікаційного забезпечення підприємства, його економічної безпеки. Визначено актуальність тематики, мета та методи дослідження. Надана характеристика підходів з етики бізнесу на підприємстві поряд з аналізом стану показників інформаційно-комунікаційного забезпечення економічної безпеки підприємства. Досліджені чинники, які впливають на систему бізнес – етики підприємства. Зроблено висновки щодо впровадження підходів бізнес-етики та можливості застосування цих принципів для забезпечення інформаційно-комунікаційного забезпечення економічної безпеки підприємства.

**Ключові слова:** етика бізнесу, організація, підприємство, інформація, комунікація, підприємство, управління, забезпечення, елементи, методи, підходи, економічна безпека

Предложен анализ внедрения интегративных подходов с этики бизнеса в системе информационно-коммуникационного обеспечения предприятия, его экономической безопасности. Определены актуальность темы, цель и методы исследования. Дана характеристика подходов с этики бизнеса на предприятии наряду с анализом состояния показателей информационно-коммуникационного обеспечения экономической безопасности предприятия. Исследованы факторы, которые влияют на систему бизнес – этике предприятия. Сделаны выводы по внедрению подходов бизнес-этики и возможности применения этих принципов для обеспечения информационно-коммуникационного обеспечения экономической безопасности предприятия.

**Ключевые слова:** этика бизнеса, организация, предприятие, информация, коммуникация, предприятие, управление, обеспечение, элементы, методы, подходы, экономическая безопасность

The proposed analysis of the implementation of integrative approaches to business ethics in the system of communications and information technology of the enterprise, its economic security. Identified the relevance of the topic, aim and research methods. Feature approaches from the ethics of the business enterprise along with the analysis of indicators of information and communication to ensure the economic security of the enterprise. Investigated factors that affect business ethics of the company. Conclusions on the implementation approaches of business ethics and application of these principles to provide information and communication to ensure the economic security of the enterprise. Professional ethics as a component of applied ethics, sistematizirovat and codifies the rules and moral standards of employees. It is based on the professional duties and tasks and aims to promote the successful solution of problems. Modern enterprise needs to combine the effective integration of business ethics , information and communication and the economic security of the enterprise.

**Key words:** business ethics, organization, company, information, communication, enterprise, management, support, elements, methods, approaches, and economic security

.

**Вступ.** Етика бізнесу як сукупність правил та норм поведінки співробітників ґрунтується на прикладній етиці. Сучасна організація являє собою відкриту систему, що створена із численних взаємозалежних частин, серед яких виділяють: цілі, засоби виробництва, технології, інформацію, комунікативні структури, структури, які забезпечують економічну безпеку підприємства. Професійна етика, як складова прикладної етики, систематизує та кодифікує правила та моральні норми працівників. Вона формується на основі професійних обов'язків та завдань і має на меті сприяти успішному вирішенню завдань. Сучасному підприємству необхідно ефективної поєднувати інтеграцію етики бізнесу , інформаційно-комунікаці йного забезпечення та економічної безпеки підприєм стві.

Враховуючи практичну потребу у впровадженні цілісної системи етики бізнесу, наявності на підприємстві певного досвіду роботи з чинниками управління виникає потреба в наданні інформаційно-комунікативної складової управлінських навичок робітників підприємства.

**Актуальність теми.** Етика бізнесу являється різновидом професійної етики та існує тільки в суспільстві. Її можна назвати інструментом аналізу та вирішення проблем для людини яка має справу з бізнесом. Впровадження елементів бізнес-етики, інформаційно-комунікаційного забезпечення дозволяє тримати необхідний рівень економічної безпеки підприємства.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Вперше етичні принципи згадувались в античні часи в творах «Етика», «Політика». Проблеми впровадження системи етики бізнесу та інформаційно-комунікаційного забезпечення управління підприємством науково-практичного та методологічного характеру висвітлено в роботах багатьох провідних вітчизняних та зарубіжних вчених. Значну їх кількість присвячено питанням економічної безпеки на різних рівнях. Теоретичні та практичні питання моделювання соціальних процесів та інформаційно-комунікаційного забезпечення управління підприємством знайшли відображення в роботах М.І. Камлик, С.Н. Ільяшенко, А. Одінцов, В. Волошин, О. Ареф'єва, Д. Ковальов, С. Покропивний, Т. Васильців та ін.. Вклад у дослідження економічної безпеки підприємства внесли відомі вчені-економісти: Козаченко Г. В., Пономарьов В. П., Ляшенко О. М., В. Тамбовцев, Р. Дацків, Плєтникова І. Л., В. Шликов, Кірієнко А. В.

**Мета і завдання дослідження**. Основною метою цієї роботи є дослідження процесу наявного рівня бізнес-етики та інформаційно –кому-

© І. А. Юр'єва 2017

нікаційного забезпечення управління підприємством як складових елементів економічної безпеки підприємства. Методи дослідження інтегруються на основі економічних, етичних та психологічних концепцій. У процесі досягнення основної мети необхідно:визначити та охарактеризувати існуючі підходи щодо системи етики бізнесу інформаційно-комунікаційного забезпечення економічної безпеки підприємства. *Методи дослідження.* Для вирішення завдань, використано загальнонаукові та спеціальні методи дослідження. Це зокрема: *аналіз* – при виявленні особливостей економічних загроз і вдосконаленні їх класифікації, побудові багаторівневої системи складових економічної безпеки підприємства; *індукція і дедукція* – для формування висновків про стан складових на основі певних показників, що використовувалися при їх діагностиці; *системний метод* – при розгляді етики бізнесу та економічної безпеки підприємства.

**Виклад основного матеріалу.** Є ряд принципів етичного характеру, які важливі для бізнесу:бізнес повинен діяти як налагоджена відкрита система, щоб отримувати потрібну інформацію та надавати чіткий звіт про виконані операції; у бізнесу є влада, що відповідає соціальній відповідальності; він має вирішувати соціальні проблеми суспільства;слугує одним з факторів для прийняття рішень. Ці принципи яскраво проявляються в інформаційно-комунікаційному забезпечені підприємства, так як через нього відбувається взаємодія установи з контрагентами, конкурентами, споживачами та соціумом. У сфері досліджень важливо не перетнути грань, при якій отримання інформації, яку потребує фірма, переходить у втручання в особисте життя людини. Таким чином менеджери і зіштовхуються з проблемами етичного характеру. Такими проблемними питаннями є: взаємодія універсальної та корпоративної етики; соціальна відповідальність у бізнесі; застосування принципів при прийнятті рішень; шляхи підвищення етичного рівня установи чи організації;вплив цінностей на діяльність у сфері економіки та інші. В основі етики бізнесу лежать певні принципи, які покладаються на вчення філософів, науковців, які не мають протиріч з досвідом наукової та філософської думки. Сформовано чотири основні підходи до моральних проблем бізнесу, які спираються на такі етичні напрями як: релігійна етика; етика утилітаризму; етика обов’язку; етика справедливості. Перший підхід базується на релігійній етиці. В його основі лежить орієнтир на абсолютних моральних цінностях, що започатковані в християнській традиції. Проте саму лише приналежність до церкви чи інших організацій, виконання обрядів та звичаїв не приводять до будь-якого успіху. Згідно з релігійною етикою важливим чинником є сама віра, яка підтримує внутрішню боротьбу людини з собою. Її метою є не досягнення успіху в своїх справах, а потяг до Бога.Наступним напрямом є етика утилітаризму. Це одна з впливових теорій етики бізнесу. Її засновником є англійський мораліст та правознавець Ієремія Бентам. Він працював над методикою пошуку критеріїв зміни цінностей. Це етика що визначає мораль вчинку, що виходить з його наслідків. Таким чином будь-яка дія є корисною в тому випадку, якщо ефективність наслідків переважає ефективність можливих дій.До третього підходу відносять етику обов’язку. Це напрям етики, пріоритетом якої є внутрішні мотиви але не наслідки дій. Морально виправданою вважається дія при якій причина цієї дії така, що виконавець бажав би щоб всі вчинили так як хоче він. Складнощі цього напряму постають з поглядів Канта. Тобто його категоричний імператив є законом, що виключає емпіризм. Його значення полягає в тому, що моральний закон поєднує процес прийняття рішення стосовно правила. Застосування етики справедливості значно менше ніж етики обов’язку чи утилітаризму. Вона чітко пов’язана з поняттям справедливість, що ґрунтується на моральних правах особистості. Справедливість – це одне з понять моральної свідомості. Вона характеризує певне ставлення до людини та ступінь дотримання її прав. Поняття справедливість неоднозначне і тлумачиться по різному. Суть інформації становлять тільки ті дані,

які зменшують невизначеність подій та цікавлять керівництво. Інформація в забезпеченні рівня відповідальності та економічної безпеки – це сума потрібних, сприйнятих і усвідомлених відомостей, необхідних для аналізу конкретної ситуації можливість, що дає, комплексну оцінку причин її виникнення та розвитку, що дозволяє визначити ряд альтернативних рішень, з яких реально (виходячи з конкретної ситуації) знайти оптимальне управлінське рішення щодо вищеназваного забезпечення рівней, здійснити контроль над його виконанням. [2]. Вся система економічної інформації незалежно від джерел походження повинна відповідати потребам керівника, тобто забезпечувати банк даних саме про ті напрямки діяльності і з тою деталізацією, яка в цей момент потрібна керівникові для всебічного вивчення економічних явищ і процесів, виявлення впливу основних факторів підвищення ефективності виробництва. Наступний підхід, організація інформаційно-комунікаційного потоку, - це єдність інформації, що надходить із різних джерел (планового, облікового та позаоблікового характеру). Із цього принципу випливає необхідність усунення відособленості і дублювання різних джерел інформації. Одна з вимог, або підходів до якості інформації - це забезпечення її порівнянності за предметом і об'єктом дослідження, періоду часу, методології вирахування показників і ряду інших ознак. І нарешті, з точки зору етики бізнесу система інформації повинна бути раціональної (ефективної), тобто вимагати мінімуму витрат на збір, зберігання і використання даних. З одного боку, для комплексного аналізу будь-якого економічного явища або процесу потрібна всебічна інформація. При її відсутності аналіз буде неповним. З іншого боку, надлишок інформації подовжує процес її

пошуку, збору і прийняття рішень. З цього випливає необхідність вивчення корисності інформації і на цій основі вдосконалювання інформаційних потоків шляхом усунення зайвих даних і введення потрібних. Одержання інформації не є основною метою бізнесу. Незважаючи на сучасні зміни законодавства, форми звітних документів, принципи і структура даних залишаються практично незмінними. Третій шлях полягає в делегуванні функцій і повноважень з впровадження інформаційних технологій зовнішнім організаціям (аутсорсинг). Цей сучасний підхід поки рідко застосовується в українських умовах. Професійно зроблений продукт, призначений для продажу, має одну важливу якість, яка відрізняє його від поточної версії програми, розроблювальної усередині колективу-користувача. Це - функціональна працездатність та соціальна відповідальність із застосуванням елементів економічної безпеки. Залучення сторонньої організації для впровадження необхідної системи дає певні зручності. Одне з них полягає в необхідності сформулювати бізнес - правила, без яких неможливо укласти договір. У деяких випадках, організація - підрядчик, що проводить установку системи, припускає, що вимоги повинні вже бути сформульовані. Існують постачальники, що пропонують комплексні рішення. Вони або проводять реорганізацію бізнес - процесів самостійно, або - залучають третю організацію, яка виступає в якості консультанта або постановника завдання. Варто відзначити, що самостійне розв'язання завдання забезпечення дієвої інформаційно-комунікаційної системи теж часто приводить до неприємностей, пов'язаних з функціонуванням системи. Багатьох проблем можна уникнути, замовляючи систему в постачальника, що працює за принципом "усе з одних рук".

Усе це підвищує інформаційно-комунікаційну безпеку результатів підприємства, і як наслідок – рівень бізнес-етики та економічної безпеки підприємства.

**Висновки.** Підводячи підсумки, можна сказати, що професійна етика розглядає шляхи і засоби самоствердження людини в суспільних видах діяльності. Професійна діяльність не відповідає сутності людини, але є вагомим чинником прояву творчих та моральних здібностей. Бути професіоналом, підвищувати кваліфікацію, вдосконалювати свої вміння в обраній діяльності – значить мати повагу до себе і до своєї справи. Етика бізнесу в Україні – складне і суперечливе явище тому, що в бізнесі переплітаються різні національності, погляди, принципи, які неоднозначно сприймають ситуацію і що може легко призвести до конфліктної ситуації. Але знання базових, елементарних правил поведінки в діловому спілкуванні та інформаційно-комунікаційному супроводі можуть бути гарним початком для успішного укладання ділової угоди.В українському бізнесі є місце етичного парадоксу, тобто етичність чи неетичність певних вчинків часто не визначає ні закон, ні власний вибір. А в більшості випадків організації намагаються вижити в умовах невизначеності, недотриманні законів, утисків з боку держави. Не зважаючи на труднощі, завжди потрібно дотримуватися кодексів бізнес-етики, культури спілкування, принципів відповідальності. Отже інформація, - необхідна передумова з'єднання і наступного органічного зрощення процесів праці, відповідальності, етики-бізнесу, економічної безпеки та розвитку особистості. Всі підприємства повинні забезпечувати необхідний рівень етики бізнесу, відповідальності, що в свою чергу забезпечує відповідний рівень економічної безпеки. Таким чином, інформаційно-комунікаційна система повинна формуватися та удосконалюватися із урохуванням перерахованих вище вимог, що є необхідною умовою підвищення дієвості та ефективності управління. Ефективність існування системи може бути забезпечена тільки тоді, коли є можливість оперативно втручатися в процес виробництва за його результатами. Це означає, що інформація повинна надходити до бізнес-середовища якнайшвидше . У цьому і полягає сутність вимог та підходів до культури організації та впровадження елементів бізнес-етики , це – оперативність, своєчасність та достовірність. Підвищення оперативності інформації досягається застосуванням новітніх засобів зв'язку, обробкою її на комп'ютері, що обумовлюється виробничою та технологічною структурою підприємства та забезпечує достатній рівень етики бізнесу та економічної безпеки підприємства.

**Список літератури:**

1. Кириченко О. С. Сутність управління системою економічної безпеки суб'єктів господарювання / О. С. Кириченко // Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності : збірник наукових праць : у 2-х вип. / ПДТУ. - Мариуполь, 2012. - Вип. 1, Т. 1. - С. 265-270.

2. Донець Л.І. Економічна безпека підприємства [Текст]: навчальний посібник / Л.І. Донець, Н.В. Ващенко. - К.: Центр учбової літератури, 2008. -240с., С.134-135

3. Іващенко О.В., Гельман В.М. Фінансово-економічна безпека держави / О. В. Іващенко, В. М. Гельман // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки) . - 2013. - № 2(1). - С. 121-131. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/znptdau_2013_2(1)__16.pdf

4. Васильців Т. Г. Фінансово-економічна безпека підприємств України: стратегія та механізми забезпечення: монографія / Васильців Т. Г., Волошин В. І., Бойкевич О. Р., Каркавчук В. В., [за ред. Т.Г. Васильціва]. – Львів: ВИДАВНИЦТВО, 2012. –386 с.

5. Подольчак Н.Ю.Організація та управління системою фінансово-економічної безпеки: навч. посібник / Н.Ю.Подольчак, В.Я.Карковська .-Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2014.-268с.

6. Столбов В.Ф., Шаповал Г.М. Особливості управління системою фінансово-економічної безпеки будівельних підприємств / В.Ф.Столбов, Г.М.Шаповал // Комунальне господарство міст. Науково-технічний збірник.- 2013.- №111.- с.103-108.

7. Іващенко О.В., Четвєріков П.М. Система фінансово-економічної безпеки підприємства / О.В.Іващенко, П.М.Четвєріков.- [Електронний ресурс].- режим доступу:http.www.sword.com.index/2012.

8. Економічна безпека: навч. посіб. / За ред. З.С.Варналія.- К.: Знання, 2009.-647с.

9. Мойсеєнко І.П., Марченко О.М. Управління фінансово-економічною безпекою підприємства: навч. посібник / І.П.Мойсеєнко, О.М.Марченко. – Львів, 2011. – 380 с.

10. Кокнаєва М.О. Концептульні основи управління

фінансово-економічною безпекою підприємств торгівлі / М.О.Кокнаєва.- [Електронний ресурс].- режимдоступу:www.pdaa.edu.ua/sites/default/files/nppdaa/2011/v2i3/319.pdf.- с. 319-325.

11. Фінансово-економічна безпека підприємств України: стратегія та механізми забезпечення: монографія / [Васильців Т. Г., Волошин В. І., Бойкевич О. Р., Каркавчук В. В.]. – Львів: Вид-во ЛКА, 2012. –386 с. :

12.Іваненко О. Визначення поняття, сутності та видів соціальної відповідальності: актуальні проблеми / О. Іваненко. [Електронний ресурс]. – Доступний з http://www.dniprokniga.dp.ua/46-ivanenko-o.-viznachennja-ponjattja-sutnosti-ta.html.

13. Церкасевич Л. В. Сучасні тенденції соціальної політики в країнах Європейського союзу. – СПб., 2012. – С. 33.

14. Келли Д. The psychology of personal constructs . цитировано по книге Хьелл Л., Зиглер Д. Теории личности. Основные приложения, исследования и применения. СПб.: Питер, 2011 г. – 608с.

**Bibliography (transliterated):**.

1. Kyrychenko O. S. Sutnist' upravlinnya systemoyu ekonomichnoyi bezpeky sub"yektiv hospodaryuvannya / O. S. Kyrychenko // Teoretychni i praktychni aspekty ekonomiky ta intelektual'noyi vlasnosti : zbirnyk naukovykh prats' : u 2-kh vyp. / PDTU. - Maryupol', 2012. - Vyp. 1, T. 1. - S. 265-270.

2. Donets' L.I. Ekonomichna bezpeka pidpryyemstva [Tekst]: navchal'nyy posibnyk / L.I. Donets', N.V. Vashchenko. - K.: Tsentr uchbovoyi literatury, 2008. -240s., S.134-135

3. Ivashchenko O.V., Hel'man V.M. Finansovo-ekonomichna bezpeka derzhavy / O. V. Ivashchenko, V. M. Hel'man // Zbirnyk naukovykh prats' Tavriys'koho derzhavnoho ahrotekhnolohichnoho universytetu (ekonomichni nauky) . - 2013. - № 2(1). - S. 121-131. - Rezhym dostupu: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/znptdau_2013_2(1)__16.pdf

4. Vasyl'tsiv T. H. Finansovo-ekonomichna bezpeka pidpryyemstv Ukrayiny: stratehiya ta mekhanizmy zabezpechennya: monohrafiya / Vasyl'tsiv T. H., Voloshyn V. I., Boykevych O. R., Karkavchuk V. V., [za red. T.H. Vasyl'tsiva]. – L'viv: VYDAVNYTsTVO, 2012. –386 s.

5. Podol'chak N.Yu.Orhanizatsiya ta upravlinnya systemoyu finansovo-ekonomichnoyi bezpeky: navch. posibnyk / N.Yu.Podol'chak, V.Ya.Karkovs'ka .-L'viv: Vydavnytstvo L'vivs'koyi politekhniky, 2014.-268s.

6. Stolbov V.F., Shapoval H.M. Osoblyvosti upravlinnya systemoyu finansovo-ekonomichnoyi bezpeky budivel'nykh pidpryyemstv / V.F.Stolbov, H.M.Shapoval // Komunal'ne hospodarstvo mist. Naukovo-tekhnichnyy zbirnyk.- 2013.- № 111.- s.103-108.

7. Ivashchenko O.V., Chetvyerikov P.M. Systema finansovo-ekonomichnoyi bezpeky pidpryyemstva / O.V.Ivashchenko, P.M.Chetvyerikov.- [Elektronnyy resurs].- rezhym dostupu:http.www.sword.tsom.index/2012

8. Ekonomichna bezpeka: navch. posib. / Za red. Z.S.Varnaliya.- K.: Znannya, 2009.-647s

.9. Moyseyenko I.P., Marchenko O.M. Upravlinnya finansovo-ekonomichnoyu bezpekoyu pidpryyemstva: navch. posibnyk / I.P.Moyseyenko, O.M.Marchenko. – L'viv, 2011. – 380 s.

10. Koknayeva M.O. Kontseptul'ni osnovy upravlinnya finansovo-ekonomichnoyu bezpekoyu pidpryyemstv torhivli / M.O.Koknayeva.- [Elektronnyy resurs]. rezhymdostupu:www.pdaa.edu.ua/sites/default/files/nppdaa/2011/v2i3/319.pdf.- s. 319-325.

11. Finansovo-ekonomichna bezpeka pidpryyemstv Ukrayiny: stratehiya ta mekhanizmy zabezpechennya: monohrafiya / [Vasyl'tsiv T. H., Voloshyn V. I., Boykevych O. R., Karkavchuk V. V.]. – L'viv: Vyd-vo LKA, 2012. –386 s.

12.Ivanenko O. Viznachennja ponjattja, sutnosti ta vidiv social'noї vidpovidal'nosti: aktual'ni problemi / O. Ivanenko. [Elektronnij resurs]. – Dostupnij z http://www.dniprokniga.dp. ua/46-ivanenko-o.-viznachennja-ponjattja-sutnosti-ta.html.

13. Cerkasevich L. V. Suchasni tendenciї social'noї politiki v kraїnah Єvropejs'kogo sojuzu. – SPb., 2012. – S. 33.

14. Kelli D. The psychology of personal constructs . citirovano po knige H'ell L., Zigler D. Teorii lichnosti. Osnovnye prilozhenija, issledovanija i primenenija. SPb.: Piter, 2011 g. – 608s.

*Надійшла (received) 26.09.2017*

*Бібліографічні описи / Библиографические описания / Bibliographic descriptions*

**Впровадження підходів з етики бізнесу в інформаційно-комунікаційному забезпеченні економічної безпеки підприємств / І. А. Юр'єва,** // Вісник НТУ "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки). – Х.: НТУ „ХПІ". - 2017. - № 45(1266).- С. 75-78 . Бібліогр. 14 назв. – ISSN 2519-4461.

**Внедрение подходов этики бизнеса в информационно-коммуникационном обеспечении экономической безопасности предприятий / И. А. Юрьева,** // Вестник НТУ "Харьковский политехнический институт" (экономические науки). – Х.: НТУ „ХПИ". - 2017. - № 45(1266).- С. 75-78 . Библиогр.: 14 названий. – ISSN 2519-4461.

**The introduction of approaches of business-ethics is in of informatively-communication providing of economic security of enterprise / L. A. Yuryeva** //Bulletin of NTU "Kharkiv Polytechnic Institute" (economic sciences). – Kharkiv.: NTU "KhPI". - 2017. - № 45(1266).- P. 75-78 . Bibliogr.: 14 names. – ISSN 2519-4461.

*Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors*

***Юр'єва Ірина Анатоліївна*** – кандидат економічних наук, доцент, доцент Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», м. Харків; тел.: (050) 630-66-33; e-mail: yuryeva.irina@i.ua.

***Юрьева Ирина Анатольевна*** – кандидат экономических наук, доцент, доцент Национальный технический университет «Харьковский политехнический институт», г. Харьков, тел.: (050) 630-66-33; e-mail: yuryeva.irina@i.ua.

***Yuryeva Iryna Analyevna*** – Candidate of Economic Sciences (Ph. D.), Docent, National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute", Kharkiv Docent, (050) 630-66-33; e-mail: yuryeva.irina@i.ua.

УДК 657:658.1

***С.В. БРІК***

# РЕСТОРАННИЙ БІЗНЕС: ОСОБЛИВОСТІ ФІНАНСОВОГО ОБЛІКУ ТА АУДИТУ ПРОДУКЦІЇЇ ЗА ТОРГІВЕЛЬНИМ ТА ВИРОБНИЧИМ МЕТОДАМИ

Заклад ресторанного господарства - це організаційно-структурна одиниця у сфері ресторанного господарства, яка здійснює виробничо-торговельну діяльність: виробляє, виготовляє, продає і організовує споживання продукції власного виробництва та покупних товарів, може організувати дозвілля споживачів. Суть проблеми полягає в тому, що в ресторанному господарстві комбінується і виробництво, і торгівля. Тобто це торгово-виробнича сфера діяльності, причому в поєднанні з наданням послуг. Тому фінансовий облік містить два підходи до обліку в закладах ресторанного господарства: торговельний та виробничий.

**Ключові слова:** ресторанний бізнес, торгівельний метод, виробничий метод, фінансовий облік, аудит

Заведение ресторанного хозяйства - это организационно-структурная единица в сфере ресторанного хозяйства, которая осуществляет производственно-торговую деятельность: производит, продает и организует потребление продукции собственного производства и покупных товаров, может организовать досуг потребителей. Суть проблемы заключается в том, что в ресторанном хозяйстве комбинируется и производство, и торговлю. То есть это торгово-производственная сфера деятельности, причем в сочетании с предоставлением услуг. Поэтому финансовый учет содержит два подхода к учету в заведениях ресторанного хозяйства: торговый и производственный.

**Ключевые слова:** ресторанный бизнес, торговый метод, производственный метод, финансовый учет, аудит

Accounting at public catering establishments is a subject of discussion, which is today given particular attention. The presence of the public nutrition elements of both production and trade, and the use of a significant range of constantly changing food and beverages, also raises problems in accounting and calculating the cost of production. Accounting for the cost of catering services has its own characteristics, both in methodological principles and in documentary design, conducting analytical accounting for food, in the application of forms of accounting registers, information reporting. This, in turn, leads to new problems in accounting for costs, the solution of which requires further improvement of accounting. One of the most difficult tasks that are carried out in the decision-making process is the choice of an optimal approach to accounting in restaurant business. Therefore, the main problem is the study of approaches to accounting for catering costs and the feasibility of their feasibility, which is essential for the practical implementation.

**Key words**: restaurant business, trade method, production method, financial accounting, audit

**Вступ.** Облік на підприємствах громадського харчування відноситься до дискусійної тематики, якій на сьогоднішній день приділяється особлива увага. Присутність сфері громадського харчування елементів як виробництва, так і торгівлі та використання значної номенклатури страв, напоїв, що постійно змінюється, також породжує проблеми в обліку та калькулюванні собівартості продукції. Облік витрат підприємств громадського харчування має свої особливості, як в методологічних принципах, так і в документальному оформленні, веденні аналітичного обліку за стравами, в застосуванні форм облікових регістрів, інформаційного забезпечення звітності. Це в свою чергу, призводить до виникнення нових проблем в обліку витрат, розв’язання яких потребує подальшого удосконалення облікової роботи.

**Аналіз останніх досліджень**. показав, що проблеми економіки громадського харчування у теперішній час вивчаються цілою групою дослідників: Солошенко Л.Ю., Романов О.Г., Бутинець Ф.Ф. та ін.. Зокрема, Калайтан Т.В. запропонував концепцію організації обліку та аналізу фінансових результатів за центрами відповідальності на підприємствах громадського харчування та трансфертного ціноутворення [1, с. 8]. Низка питань носить дискусійний характер, одним з яких є порядок обліку доходів та витрат підприємства, які в кінцевому випадку і формують прибуток підприємства громадського харчування.

**Метою дослідження** є аналіз двох головних підходів до організації бухгалтерського обліку товарів та сировини у виробництві: торговельному методі та виробничому.

**Постановка проблеми**. Одним із найскладніших завдань, які здійснюються у процесі прийняття рішень є вибір оптимального підходу до обліку на підприємствах ресторанного бізнесу. Тому основна проблема полягає у вивченні підходів в обліку витрат підприємств громадського харчування та обґрунтованості їх доцільності, що має важливе значення для практичної реалізації

**Викладення матеріалу.** Ресторанне господарство - це вид економічної діяльності суб'єктів господарської діяльності з надання послуг щодо задоволення потреб споживачів у харчуванні з організацією дозвілля або без нього.

Асортимент продукції затверджується керівником підприємства. Після того як складено асортимент, підприємству ресторанного господарства слід розібратися з ціною на кожне блюдо, виріб, покупної товар. Розрахунок ціни продажу здійснюється за всіма реалізуються підприємством громадського харчування страв, виробів і купованих товарів. Зверніть увагу: в ресторанному господарстві собівартість одиниці продукції, що випускається (як це, наприклад, передбачено в промисловості) не визначається.

Ціни реалізації виробів в ресторанному господарстві визначаються методом калькуляції. Розрахунок ціни реалізації виробу проводиться в калькуляційної карті, яку складаються як на продукцію власного виробництва, так і на покупні товари.

В меню вказуються перелік страв, кулінарних, борошняних кондитерських, булочних виробів та напоїв власного виробництва, вихід і ціна однієї порції. Наявність меню обов'язково у всіх закладах ресторанного господарства з будь-яким методом

© С.В. Брік, 2017

обслуговування відвідувачів (при самообслуговуванні, обслуговуванні офіціантами і комбінованому обслуговуванні).

На сьогоднішній день існують два принципово різних облікових методу, які супроводжують загальновживаний облік з моменту появи бухгалтерських стандартів, і до сих ситуація не вирішилася ні на чию користь.

Порядок організації бухгалтерського обліку в закладах ресторанного господарства містить два підходи до обліку в закладах ресторанного господарства: торгівельний та виробничий.

Торгівельний метод. Бухгалтерський облік в по даному методу ведеться аналогічно обліку на підприємствах торгівлі. Однак зауважимо, що застосування даного методу не узгоджується з вимогами національних стандартів бухгалтерського обліку, а також до Інструкції № 291 в частині правил застосування рахунків 23 «Виробництво» і 28 «Товари».

Виробничий метод. Відповідно до цього методу калькулювання собівартості готової продукції виробляється як на виробничих підприємствах. Даний метод базується на використанні стандартних методів і прийомів бухгалтерського обліку, а саме: ведення обліку запасів відповідно до П (С) БО 9 і витрат відповідно до П (С) БО 16.

Підприємства ресторанного господарства можуть обрати або торговий метод обліку, або виробничий, вказавши його в наказі про облікову політику. І той і інший схвалені компетентними органами, такими як Мінфін і Мінекономіки.

На наш погляд, більш прогресивним є виробничий метод, оскільки він не тільки відповідає вимогам національних бухгалтерських стандартів, а й гарантує найбільш правильний відбиток результатів діяльності. Але внаслідок того, що виробничий метод порівняно з торговельним є більш трудомістким, більшість бухгалтерів віддають перевагу торговому методу.

Зупинимось на особливостях кожного з методів докладніше.

Торговий метод

Комора. За торговому методу облік сировини в коморі аналогічний обліку товарів - і облік по ним ведеться на одному субрахунку 281 «Товари на складі». Але це порушує правила застосування рахунку 28 «Товари». На даному рахунку слід враховувати тільки покупні товари, призначені для реалізації.

Купівельний товар - товар, який набуває суб'єкт господарської діяльності в сфері ресторанного господарства для подальшого перепродажу споживачам без переробки (порціонування, нарізки, додаткового оформлення). Під сировиною розуміється продовольча сировина (продукція рослинного, тваринного, мінерального, синтетичного чи біотехнічного походження, яка використовується для виробництва харчових продуктів) і харчові продукти (будь-які продукти, які в натуральному вигляді чи після відповідної обробки вживаються людиною в їжу або для пиття).

Обліковою ціною товарів в коморі можуть бути:

- первісна вартість, яка визначається згідно з п. 9 П (С) БО 9 (застосовується, якщо на підприємстві для кожного структурного підрозділу або страви встановлені різні рівні націнки);

- ціна продажу, що включає в себе первинну вартість і суму торгової націнки (застосовується, якщо на підприємстві встановлено єдиний рівень націнок).

Облікова (продажна) ціна включає в себе покупну вартість, суму націнки, встановлену підприємством громадського харчування, і суму ПДВ. При цьому розмір націнки підприємство громадського харчування встановлює самостійно з урахуванням своїх витрат і попиту на продукцію.

Облік сум торгових націнок слід вести на субрахунку 285 «Торгова націнка».

Існує два підходи до встановлення облікової (продажної) вартості продукції (сировини, товарів) і визначенню націнки: метод прямого рахунку (розмір торгової націнки на сировину і товари встановлюється розпорядженням (наказом) керівника підприємства в певному (фіксованому) розмірі. Такий підхід формування облікової вартості виправдовує себе, якщо підприємство громадського харчування закуповує сировину за стабільними, що не змінюються цінами); метод зворотного рахунку (фіксується продажна вартість одиниці сировини, і, відштовхуючись від неї, обчислюють суму торгової націнки).

Перш ніж почати діяльність, підприємство самостійно має вибрати, за якою обліковою вартістю - первісною або продажною, оформляти надходження в комору товару і сировини. Обраний метод в обов'язковому порядку здійснюється в наказі про облікову політику підприємства.

Виробництво. Облік сировини у виробництві ведеться на рахунку 23 «Виробництво». На цьому рахунку враховується виключно вартість сировини і товарів, використаних для виробництва продукції. Зверніть увагу, при торговельному методі організації бухгалтерського обліку товари та сировину у виробництві (на рахунку 23) обліковують за цінами продажу.

Таким чином, на рахунку 23 «Виробництво» відображаються прямі витрати закладу ресторанного господарства і націнка. Це також є порушенням, тому що за дебетом рахунка 23 «Виробництво» відображаються тільки прямі витрати (матеріальні, трудові, змінні та постійні розподілені загальновиробничі витрати). При відображенні на цьому рахунку сировини за продажною вартістю необґрунтовано збільшується вартість запасів.

Відпуск запасів з комори у виробництво відображається проводкою Дт 23 - Кт 281. Торгова націнка може відображатися безпосередньо при оприбуткуванні товару в комору (проводкою Дт 281 - Кт 285). Тоді в виробництво товари та сировину будуть передаватися вже з націнкою. Якщо облік запасів

у коморі ведеться за первісною вартістю, то на суму торгової націнки на етапі виробництва робиться проводка Дт 23 - Кт 285.

Дебетове сальдо рахунку 23 показує вартість залишків сировини, яка пройшла кулінарну обробку, сировини в напівфабрикатах і готових виробів, які не реалізовані і знаходяться на підприємстві.

Реалізація. Дохід від реалізації як покупних товарів, так і продукції власного виробництва відображають на субрахунку 702 «Дохід від реалізації товарів». Після реалізації суму націнки, що припадає на реалізований товар і продукцію, списують методом «сторно».

Сума націнки за реалізованими товарами визначається як добуток суми грошових коштів, отриманих за реалізовані товари, і середнього відсотка націнки. При цьому середній відсоток націнки визначається шляхом ділення суми залишку націнок на початок звітного місяця і націнок у вартості товарів за цінами продажу, отриманих у звітному місяці, на суму вартості залишку товарів за ціною продажу на початок звітного місяця і вартості товарів, отриманих у звітному місяці по ціною продажу.

Залишок вартості продукції і товарів відносять в дебет субрахунку 902 «Собівартість реалізованих товарів».

Всі інші витрати, пов'язані з виробництвом і реалізацією випущеної продукції, в тому числі заробітна плата кухарів, інших виробничих робітників, нарахування на фонд оплати їх праці, амортизація кухонного обладнання, орендна плата і т. і., Враховуються на рахунку 93 «Витрати на збут». Адміністративні витрати враховуються на однойменному рахунку 92.

Виробничий метод

Комора. Виробничий метод передбачає роздільне ведення обліку продовольчої сировини, призначеної для виготовлення власної продукції і товарів, призначених для реалізації. Тобто облік сировини ведеться на субрахунку 201 «Сировина і матеріали», а товарів - на субрахунку 281 «Товари на складі». Якщо підприємство набуває також напівфабрикати, враховувати їх слід на окремому субрахунку 202 «Купівельні напівфабрикати та комплектуючі вироби».

Оприбуткувати надходить продовольча сировина слід за їх первісною вартістю. Первісна вартість сировини, що надійшла визначається відповідно до п. 9 П (с) БО 9.

А товари слід враховувати аналогічно розглянутому вище методу: або, як і сировину, за первісною вартістю, або за продажною вартістю (з урахуванням націнки).

Відпустка сировини з комори відображають проводкою Дт 23 «Виробництво» - Кт 201 «Сировина і матеріали». Відпуск товарів з комори на реалізацію відображається проводкою Дт 282 «Товари в торгівлі» - Кт 281 «Товари на складі».

Виробництво. На рахунок 23 «Виробництво» слід відносити тільки вартість сировини на виробництво готової продукції по його первісної вартості, сформованої відповідно до вимог П (с) БО 9. Решта витрат, пов'язаних з виробництвом продукції (заробітна плата кухарів, інших виробничих робітників, нарахування на фонд оплати їх праці, амортизація кухонного обладнання, орендна плата виробничого приміщення і т. д.), враховуються на рахунку 91 «Загальновиробничі витрати», оскільки вони не є прямими в розумінні П (с) БО 16. Відповідно до п. 4 П (с) БО 16 прямими витратами є витрати, які можуть бути безпосередньо віднесені до конкретного об'єкта витрат. Так як заробітну плату кухаря, який зайнятий виробництвом великої кількості страв, неможливо розподілити і віднести на конкретний виріб, то такі витрати вважаються непрямими і відносяться на загальновиробничі витрати.

При цьому розподіляти загальновиробничі витрати (рахунок 91) після закінчення місяця в порядку, представленому в додатку 1 до П (с) БО 16, між об'єктами витрат не треба. Такі витрати слід списувати на собівартість реалізованої продукції. По-перше, це обумовлено особливістю виробничого циклу закладів ресторанного господарства. У закладах ресторанного господарства немає залишків незавершеного виробництва (відповідно до Санітарних правил вся продукція повинна бути реалізована за один день). Виняток становлять підприємства, які виготовляють кондитерські вироби і напівфабрикати.

По-друге, такий розподіл зажадає значних трудозатрат, доцільність яких не виправдовується через знову-таки короткого (одноденного) виробничого циклу.

Реалізація. Дохід від реалізації кулінарних виробів власного виробництва відображають на субрахунку 701 «Дохід від реалізації готової продукції». Собівартість реалізованих кулінарних виробів власного виробництва списують на субрахунок 901 з урахуванням загальновиробничих витрат.

Дохід від реалізації покупних товарів відображають на субрахунку 702 «Дохід від реалізації товарів». Суму націнки, що припадає на реалізований товар, списують методом «сторно». Залишок вартості товарів відносять в дебет субрахунку 902 «Собівартість реалізованих товарів».

Стосовно аудиту слід вказати наступне.

Джерелами інформації під час проведення аудиту на підприємствах громадського харчування є: денний забірний листок, в якому зазначається кількість відпущених за день виробів із зазначенням точного часу та отримувача; калькуляційна картка, в якій розраховується ціна продажу окремої страви; реєстр реалізованих страв, у якому зазначаються кількість реалізованих за день страв у розрізі ціни та кількості з підрахуванням загальної виручки від продажу за день.

Аудит підприємств громадського харчування проводиться за декількома напрямами: перевірка формування ціни; перевірка стану виробничих, торговельних і складських приміщень, а також прилеглої до підприємства території, упорядкування та озеленення мають

забезпечуватися відповідно до встановлених законодавством вимог; перевірка рецептур та фактичного закладення в них продуктів. Норми закладення такої сировини встановлюються шляхом контрольної переробки. Контрольна переробка оформлюється актом довільної форми у двох примірниках; перевірка технологічної документації.

**Висновки.** Виробничий підхід потребує багатьох розрахунків, однак користувачі можуть отримати більш достовірну інформацію. Він забезпечує більш точний розрахунок доходу від реалізації продукції, тому що заснований на її конкретній продажній ціні. Торгівельний підхід до організації бухгалтерського обліку на підприємствах громадського харчування у зв'язку з застосуванням середньої торгової націнки призводить до викривлення суми доходу. Тому вважаємо, що застосування виробничого підходу до організації обліку на підприємствах громадського харчування більш доцільно у порівнянні з торгівельним підходом.

**Список літератури**


1. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 9 «Запаси», затв. Наказом Міністерства фінансів України від 20.10.1999 г. № 246
2. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати», затв. Наказом Міністерства фінансів України від 31.12.1999 г. № 87
3. *Белінська О.В., Однолько В.О., Супруненко І.В.* Проблеми обліку витрат на підприємствах громадського харчування. – Мат-ли конференції «Наука і життя: українські тенденції, інтеграція у світову наукову думку». - Київ, 23 травня 2007 року
4. Бухгалтерський облік у громадському харчуванні / за ред. проф.*Ф.Ф. Бутинця*. – Житомир:ПП "Рута", 2002. – 440 с.
5. *Калайтан Т.В.* Облік і аналіз фінансових результатів в управлінні діяльністю підприємств громадського харчування// Автореферат. Дис. Канд. екон.наук: 08.06.04.- Львів:2004. – 20с.
6. *Назарбаева Р., Голошевич И.* Учет в общепите// Бухгалтерия. –2003.№47(566) –с.24-36.
7. *Романов А.Г.* Организация деятельности в сфере общественного питания. – Харьков: Центр Консульт, 2004. – 268 с.
8. *Солошенко Л., Федорченко Ф., Борщ Н.* Громадське харчування: особливості обліку. – Х.: Фактор, 2004. – 408 с.


**Bibliography (transliterated)**


1. Polozhennya (standart) buxgalters`kogo obliku 9 «Zapasy`», zatv. Nakazom Ministerstva finansiv Ukrayiny` vid 20.10.1999 g. No 246
2. Polozhennya (standart) buxgalters`kogo obliku 16 «Vy`traty`», zatv. Nakazom Ministerstva finansiv Ukrayiny` vid 31.12.1999 g. No87
3. Belins`ka O.V., Odnol`ko V.O., Suprunenko I.V. *Problemy` obliku vy`trat na pidpry`yemstvax gromads`kogo xarchuvannya.* – Mat-ly` konferenciyi «Nauka i zhy`ttya: ukrayins`ki tendenciyi, integraciya u svitovu naukovu dumku». - Kiev, 23 travnya 2007 roku
4. *Buxgalters`ky`j oblik u gromads`komu xarchuvanni* / za red. prof.F.F. Buty`ncya. – Zhy`tomy`r:PP "Ruta", 2002. – 440 p.
5. Kalajtan T.V. *Oblik i analiz finansovy`x rezul`tativ v upravlinni diyal`nistyu pidpry`yemstv gromads`kogo xarchuvannya*// Avtoreferat. Dy`s. Kand. ekon.nauk: 08.06.04.- L`viv:2004. – 20p.
6. Nazarbaeva R., Goloshevy`ch Y`. *Uchet v obshhepy`te*// *Buxgaltery`ya*. –2003 No 47(566) –P.24-36.
7. Romanov A.G. *Organy`zacy`ya deyatel`nosty` v sfere obshhestvennogo py`tany`ya*. – Kharkov: Centr Konsul`t, 2004. – 268 p.
8. Soloshenko L., Fedorchenko F., Borshh N. *Gromads`ke xarchuvannya: osobly`vosti obliku*. – Kharkov: Faktor, 2004. – 408 p.


*Надійшла (received) 26.09.2017*

*Бібліографічні описи / Библиографические описания / Bibliographic descriptions*


**Ресторанний бізнес: особливості фінансового обліку та аудиту продукції за торгівельним та виробничим методами/ С.В. Брік** // Вісник НТУ "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки). – Х.: НТУ „ХПІ". - 2017. - № 45(1266).- С. 79-82 . Бібліогр. 8 назв. – ISSN 2519-4461.

**Ресторанный бизнес: особенности финансового учета и аудита продукции торговым и производственным методами / С.В. Брик//** Вестник НТУ "Харьковский политехнический институт" (экономические науки). – Х.: НТУ „ХПИ". - 2017. - № 45(1266).- С. 79-82 . Библиогр.: 8 названий. – ISSN 2519-4461.

**Restaurant business: features of financial accounting and audit of products by trade and production methods / S.V. Brik**// Bulletin of NTU "Kharkiv Polytechnic Institute" (economic sciences). – Kharkiv.: NTU "KhPI". - 2017. - № 45(1266).- P. 79-82 . Bibliogr.: 8 names. – ISSN 2519-4461.


*Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors*


***Брік Світлана Володимирівна*** – кандидат економічних наук, доцент кафедри економічного аналізу та обліку НТУ «ХПІ»; тел.: (050) 917-62-59; e-mail: svetsvb@gmail.com.

***Брик Светлана Владимировна*** – кандидат экономических наук, доцент кафедры экономического анализа и учета НТУ «ХПИ»; тел.: (050) 917-62-59; e-mail: svetsvb@gmail.com.

***Brik Svitlana Volodymyrivna*** – Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of Economic Analysis and Accounting of NTU "KhPI";tel.: (050) 917-62-59; e-mail: svetsvb@gmail.com.

УДК 658

***А.В. СЄРІКОВ, Г.В. КРИВОРУЧКО***

# ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ БЮДЖЕТУВАННЯ, ОРІЄНТОВАНОГО НА РЕЗУЛЬТАТ

Опрацьовано гостроактуальне питання інформаційно-аналітичного забезпечення бюджетування, що орієнтоване на результат. Воно останнім часом все частіше використовується в управлінні господарською діяльністю будь-якого масштабу. Задля досягнення цієї мети використано системний підхід. Він забезпечив не тільки цілісний аналіз проблеми, а й подальший синтез можливостей для її розв'язання. При цьому було введено системний простір, для якого в якості координатних виступили вісі інсайдерської інформації про стан зовнішнього та внутрішнього середовищ, а також про використовувані аналітичні інструменти. За їхньою допомогою обгрунтовуються бюджети, що спрямовуються на ресурсну підтримку всіх необхідних організаційно-технічних заходів в ході досягнення цілей господарської діяльності.

***Ключові слова:*** бюджетування, що орієнтоване на результат; інформаційне-аналітичне забезпечення; системний простір; інсайдерська інформація; аналітичні інструменти

Отработан остроактуальный вопрос информационно-аналитического обеспечения бюджетирования, ориентированного на результат. Оно последнее время все чаще применяется в управлении хозяйственной деятельностью любого масштаба. Ради достижения этой цели использован системный подход. Он обеспечил не только целостный анализ проблемы, но и дальнейший синтез возможностей для ее разрешения. При этом было введено системное пространство, для которого в качестве координатных выступили оси инсайдерской информации о состоянии внешней и внутренней сред, а также об используемых аналитических инструментах. С их помощью обосновываются бюджеты, направляемые на ресурсную поддержку всех необходимых организационно-технических мероприятий в ходе достижения целей хозяйственной деятельности.

***Ключевые слова:*** бюджетирование, ориентированное на результат Информационно-аналитическое обеспечение; системный пространство; инсайдерская информация; аналитические инструменты

The article presents results of solving the actual problem of comprehensive informational and analytical support of budgeting oriented to the results. Such time of budgeting has been used increasingly in the economic activities management of any scale. The systematic approach is used to achieve this goal. It had provided not only a holistic analysis of the problem, but also a further synthesis of the possibilities for its solution. At the same time a system space was introduced. As the cores were used the insider information about the state of external and internal media, as well as the analytical tools used. On the base of this cores the budgets allocated to the resource support of all necessary organizational and technical measures in the course to achieve the goals of economic activity are justified. The proposed approach should realize the idea of budgetary provision only where there is a maximum need, and exactly at the moment when this need arises.

***Key words:*** results-based budgeting; informational and analytical support; system space; insider information; analytical tools

**Формулювання проблеми.** Одна із найвідоміших концепцій управління господарською діяльністю зветься бюджетуванням, під яким розуміється грошове вираження збалансованого розпису доходів і видатків суб'єкту господарювання на протязі певного періоду часу [1, С. 11]. В якості однієї із модифікацій з'явилося так зване «бюджетування, що орієнтоване на результат» (БОР). Воно уявляє із себе систему організації бюджетного процесу і управління, за умов якої планування витрат постійно проводиться у безпосередньому зв'язку із досягнутими результатами [2, С. 23] (що знаходиться у руслі концепції контролінгу [3]). Історично так склалося, що спочатку технологія БОР розроблялася для державного (муніципального) управління [4, С. 2]. З часом, практика управління бізнесом сформувала нагальну потребу пристосувати БОР для власних цілей, про що свідчать публікації [5, 6]. Серед недостатньо опрацьованих, а тому актуальних, питань теорії та практики БОР є питання його інформаційно-аналітичного забезпечення, яке направлено на надання керівникам-суб'єктам господарювання всієї необхідної інформації для прийняття рішень з бюджетування.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій**. Результати досліджень з приводу теорії та практики інформаційно-аналітичного забезпечення БОР в обмеженому обсязі викладено у поки що єдиній публікації співробітників групи компаній «ІНТАЛЕВ», що присвячена БОР [5, С.174-180]. Її автори пропонують залучати до інформаційно-аналітичної бази всі форми із обліку та звітності підприємства, на ґрунті яких можна визначати економічність та результативність господарської діяльності. Все, що викладено у роботі, виглядає як фрагментарні поради.

**Мета даної роботи** – спираючись на системний підхід, який забезпечує цілісний погляд на існуючу проблему, її аналіз із подальшим синтезом можливостей для її розв'язання, відшукати шляхи до подальшого удосконалення процедур інформаційно-аналітичного забезпечення БОР господарської діяльності.

**Виклад основного матеріалу.** Опрацювання проблеми інформаційно-аналітичного забезпечення бюджетування, орієнтованого на результат, (ІАЗ БОР) доцільно розпочати з уточнення змісту дефініцій «інформація» та «аналіз».

Серед науковців існують два підходи до визначення змісту поняття «інформація», а саме: атрибутивний і функціональний [7]. Атрибутивний підхід приводить до висновку, що інформація є об'єктивною властивістю усіх матеріальних об'єктів (інформація — це атрибут матерії), а функціональний – що інформація є умовою і результатом спрямованої активності й тому вона виникає тільки на соціально-свідомому рівні. З цієї точки зору – інформація, якою обмінюються члени суспільства, обов'язково пов'язана з відбиттям реальності.

Дефініцію «аналіз» доцільно визначати з огляду на сферу його використання. Тому у подальшому буде йти мова про аналіз господарської діяльності, який спрямовано на відпрацювання питань БОР як управлінського інструменту в цій діяльності.

© А.В. Сєріков, Г.В. Криворучко, 2017

Метою аналізу повинно бути формування на базі первинної інформації (у всіх прийнятних видах), що здобута в результаті досліджень організаційно-економічних процесів у господарюючих суб'єктів, специфічної інформації (у заздалегідь оговореній формі), яка надалі використовується в якості підґрунтя для розробки і впровадження управлінських рішень. В якості інструментів аналізу можуть виступати методи, алгоритми і процедури моделювання, розрахунків і логічних виводів.

Змістовну сутність ІАЗ БОР, як певної діяльності із здобуття і обробки необхідної для БОР інформації, доцільно формувати, спираючись на цілісний або системний підхід до організації ІАЗ. Тому надалі буде використаний тринітарний підхід до системної організації ІАЗ БОР, який «працює» на перехід від повноти уявлень до їхньої цілісності і наголошує [8, С. 17] : у системній триаді кожна пара елементів знаходиться у співвідношенні додатковості, а третій задає міру сумісності. Так, в житті людини виокремлюють економічну, соціальну і духовну складові, але без будь-якої з них життя не відбувається і будь-яка подія в ній стає вичерпно зрозумілою, якщо в ній висвітлено усю тріаду.

Інформація про господарську діяльність будівельного підприємства отримується із відповідних джерел його внутрішнього та зовнішнього середовищ, які доповнюють одне одного. Для керівництва підприємства інформація з цих двох джерел узгоджується за допомогою аналітичних інструментів, призначення яких – підтримка процесів генерації управлінських рішень із назвою «бюджет». Місце ІАЗ БОР у підсистемі управління підприємством зображено на рисунку 1.

Застосовуваний в цьому дослідженні системний підхід спирається на результати загальної теорії систем, яка була започаткована Л. фон Берталанфі [9]. Дотримуючись поглядів А.І. Уємова [10], під системою $\{S\}$ будемо розуміти дещо цілісне, не роздільне на незалежні частини, де виділяється сукупність структурних елементів $\{a\}$ з певними відносинами $(R)$, такими, що виникає безліч властивостей $(P)$, що не зводиться до властивостей окремих частин (елементів). В цьому випадку можна використовувати символьний опис виду [10, С. 103]:

$$\{S\} \underset{def}{=} \{[\{a\}R]P\} , \qquad (1)$$

де *def* - дефінієндум - відкрита, атрибутивна, суб'єктна формула.

Рис. 1 – Місце інформаційно-аналітичного забезпечення БОР в підсистемі управління підприємством

В межах досліджуваної проблеми в якості системи $\{S\}$ розуміється інформаційно-аналітичне забезпечення бюджетування, що орієнтоване на результат. Ця система займає системний простір із координатами $\{S_a, S_r, S_p\}$ (рис. 2), де $S_a$ - вісь інсайдерської інформації із внутрішнього середовища будівельного підприємства про результати праці структурних підрозділів та бізнес-процесів, $S_r$ - вісь інформації про аналітичні інструменти, що можуть використовуватися для обґрунтування бюджетів, $S_p$ - вісь інформації про «обличчя» будівельного підприємства у його зовнішньому середовищі. У площині $\{S_R 0 S_a\}$ може міститися інформаційно-аналітичний результат щодо показників діяльності суб'єкту господарювання у своєму внутрішньому середовищі, у площині $\{S_P 0 S_a\}$ – у зовнішньому середовищі, у площині

$\{S_P 0 S_R\}$ - інформація щодо взаємозв'язків між організаційно-економічними характеристиками обох середовищ підприємства. У просторі, що обмежений трьома координатними площинами, міститься в якості результату інформаційно-аналітичної роботи континіум, на ґрунті якого приймаються управлінські рішення відносно БОР.

ІАЗ БОР повинно містити у собі наступні етапи: (1)цілепокладання, (2) аналіз обраних цілей та відповідних ним завдань, (3) ціле орієнтований збір інформації, (4) накопичення такої інформації та її верифікація, (5) побудова моделей діяльності підприємства у внутрішньому та зовнішньому середовищах, (6) планування та реалізація модельних експериментів, (7) прогнозування розвитку подій в середовищах підприємства за результатами модельних експериментів, (8) формування рекомендацій (інформаційно-аналітичного континіуму на рисунку 2) щодо прийняття управлінських рішень відносно БОР.

ІАЗ БОР потребує відповідної організації інформаційно-аналітичної роботи працівників підприємства, яка пов'язана із виявленням, опрацюванням, збереженням та поширенням інсайдерскої інформації, на якій базуються процедури прийняття управлінських рішень з питань БОР. Така інформаційно-аналітична робота охоплює наступні операційні процедури (по аналогії із [11]): (1) збір і первинну оцінку інформації на достовірність і відповідність; (2) обробку і накопичення інформаційних одиниць; (3) оцінку, аналіз й узагальнення інформації; (4) підготовку інформаційних повідомлень у межах поточного інформування з «сигнальної» або «первинної» інформації; (5) підготовку аналітичних «сигнальних» повідомлень у межах запланованих інформаційно-аналітичних розробок проблем БОР чи ініціативне інформування керівництва з актуальних питань БОР; (6) розсилку інформаційних повідомлень, аналітичних довідок, доповідей, звітів зацікавленим споживачам, які працюють на БОР

Рис. 2 – Координатний простір, в межах якого повинно «працювати» інформаційно-аналітичне забезпечення БОР

Аналітична складова такої роботи містить у собі такі компоненти: (1) методологію інформаційно-аналітичної роботи; (2) організаційне забезпечення цього процесу; (3) технолого-методологічне забезпечення розробки і створення інструментальних засобів для її ведення.

Модель внутрішнього середовища підприємства (див., наприклад, [12, С. 54]) складається з об'єкту та суб'єкту управління і може вміщувати в собі такі елементи (фактори, змінні): (1) цілі, (2) люди, (3) технології, (4) капітал, (5) структура. Приклад характеристик показників цього середовища наведено в таблиці 1.

Таблиця 1 – Показники внутрішнього середовища [13, С. 255]

| Фактори | Аналіз та показники впливу внутрішнього середовища підприємства |
|---|---|
| Маркетинг | – продукція (роботи, послуги) підприємства;<br>– обсяг і концентрація продажів, базові споживачі продукції;<br>– життєвий цикл основних товарів;<br>– частка основного і вторинного ринків;<br>– канали збуту: кількість, сфера дії, контроль;<br>– ефективність організації продажів, знання потреб споживачів;<br>– імідж товарів або послуг, їх репутація і якість;<br>– ефективність стимулювання продажів і реклами;<br>– цінова стратегія і гнучкість ціноутворення. |
| Виробництво | – вартість, доступність сировини і відносини з постачальниками;<br>– розташування об'єктів та їх використання;<br>– система контролю основних фондів, оборотність основного капіталу;<br>– технічна ефективність об'єктів і використання обладнання;<br>– рівень вертикальної інтеграції;<br>– ефект масштабу;<br>– ефективність, вартість і прибутковість обладнання;<br>– технологічний і витратний потенціал;<br>– дослідження та інжиніринг, нові технології, інновації;<br>– патенти, торгові марки. |
| Фінанси | – ресурси корпоративного рівня;<br>– податкова діяльність;<br>– фінансова стійкість, здатність використовувати альтернативні фінансові стратегії;<br>– дивідендна політика;<br>– ефективність бухгалтерського обліку та фінансового планування та система звітності;<br>– інвестиційна політика;<br>– система фінансових коефіцієнтів. |
| Персонал | – управлінський персонал: досвід і навички;<br>– виробничий персонал: досвід і спеціальні навички;<br>– ефективність трудових ресурсів;<br>– плинність кадрів;<br>– ефективність кадрової політики. |
| Організаційна культура і організація управління | – імідж і престиж фірми;<br>– філософія компанії, норми і цінності;<br>– структура власності, зацікавлені сторони;<br>– навички, здібності, інтереси вищого рівня управління, стиль лідерства;<br>– система планування;<br>– система інформаційних потоків та прийняття рішень;<br>– організаційна структура;<br>– ефективність системи контролю виконання. |

Модель зовнішнього середовища підприємства може вміщувати в собі такі елементи (фактори, змінні): (1) споживачі, (2) постачальники, (3) конкуренти, (4) органи місцевої влади, (5) такі підсистеми на рівні країни, як політична, економічна, соціальна, технологічна, ресурсна [12, С. 52]. Приклад характеристик показників цього середовища наведено в таблиці 2.

Таблиця 2 – Показники зовнішнього середовища підприємства [13, С. 254]

| Фактори | Аналіз та показники впливу зовнішнього середовища підприємства |
|---|---|
| Постачаль–ники | – показник якості сировини (за видами) і матеріалів, комплектуючих виробів, запасних частин і т. д.;<br>– показник якості нормативно-методичної та техніко-економічної документації, яка надходить на підприємство<br>– прогноз зміни умов поставок та виконання договірних обов'язків. |
| Споживачі | – тенденції зміни кола потреб основних споживачів товарів підприємства;<br>– прогноз зміни параметрів ринку за обсягом і асортиментом товарів;<br>– прогноз зміни доходів споживачів;<br>– прогноз зміни складу і значень ознак сегментації ринку всередині країни і у світі. |
| Конкуренти | – аналіз якості, цін та конкурентоспроможності товарів конкурентів;<br>– аналіз організаційно-технічного рівня виробництва основних конкурентів;<br>– прогнозування конкурентоспроможності та питомої ціни товарів основних конкурентів;<br>– прогнозування ринкової стратегії основних конкурентів. |
| Контактні аудиторії | – аналіз ставлення до підприємства і його товару фінансових кіл регіону (країни), засобів масової інформації, державних установ, суспільних організацій та ін.<br>– розробка заходів щодо поліпшення відношень з контактною аудиторією. |

| Фактори | Аналіз та показники впливу зовнішнього середовища підприємства |
|---|---|
| Маркетингові посередники | – аналіз структури та стратегії торгових посередників та уточнення спільно з ними стратегії маркетингу просування товарів;<br>– налагодження контактів з агентствами щодо надання маркетингових послуг (рекламні агентства, консалтингові підприємства, підприємства маркетингових досліджень та ін.);<br>– встановлення стосунків з кредитно-фінансовими установами. |
| Законодавство з податкової політики та зовнішньоекономічної діяльності | – формування банку даних з податкової систем та зовнішньоекономічної діяльності;<br>– аналіз впливу податків, митних зборів, квот, ліцензій та інших показників на ефективність роботи підприємства;<br>– підготовка пропозицій щодо удосконалення законодавства з податкової системи і зовнішньоекономічної діяльності. |

До аналітичних інструментів, що можуть використовуватися при формуванні ІАЗ БОР, можна включити увесь арсенал інструментів, який добре зарекомендував себе при аналізі господарської діяльності підприємств [14, 15], а саме з аналізу: (1) організаційно-технічного рівня виробництва, (2) виробництва та реалізації продукції, (3) забезпечення й використання матеріальних, енергетичних та інформаційних ресурсів, (4) використання персоналу підприємства, (5) собівартості продукції, (6) фінансових результатів діяльності підприємства, (7) його фінансового стану; та таке інше. Крім того, доцільно залучати до аналітичних інструментів всі новітні розробки, які дозволяють зробити аналіз максимально ефективним.

**Висновки і перспективи подальших досліджень**. В даній роботі завдяки використанню системного підходу фактично вперше чітко визначено: (1) місце інформаційно-аналітичного забезпечення БОР в підсистемі управління підприємством, (2) координатний простір, в межах якого повинно «працювати» інформаційно-аналітичне забезпечення БОР і (3) змістовне наповнення цього інформаційно-аналітичного простору. Природно, що у подальшому відзначене повинно набути свого більш детального наповнення.

**Список літератури**


1. Шим Джай К. Основы бюджетирования и больше. Справочник по составлению бюджетов. [Текст] / Джай К. Шим, Джой Г. Сигел; пер. с англ. под общ. ред. В.А. Плотникова.– М.: Вершина, 2007.– 368 с.
2. Макашина О.В. Бюджетирование, ориентированное на результат. [Текст] / О.В. Макашина // Вестник ИГЭУ.– 2008.– Вып. 1.– С. 23 – 27.
3. Хан Д. Планирование и контроль: концепция контроллинга. [Текст] / Дитгер Хан; перев. с нем.– М.: Финансы и статистика, 1997.– 765 с.
4. Меджидов Т.И. Бюджетирование, ориентированное на результат. [Текст] / Т.И. Меджидов // Аудит и финансовый анализ.– 2011.– № 2.– С. 1 - 3.
5. Федосеев А.В. Битва за эффективность. [Текст] / А.В. Федосеев, Б.М. Карабанов; 1-е изд.– М.: Альпина Паблишер, 2013.– 288 с.
6. Сєріков А.В. Управління ефективністю господарської діяльності на основі бюджетування, орієнтованого на результат. [Текст] / А.В. Сєріков, Г.В. Криворучко // Економічний вісник Донбасу.– 2017.– № 2(48).– С. 150-156.
7. Іванов В.Ф. Поняття «інформація» у різних науках. [Текст] / В.Ф. Іванов // [Електронний ресурс]. Режим доступу (на 25.10.2017 р.): http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=41
8. Баранцев Р.Г. Становление тринитарного мышления. [Текст] / Р.Г. Баранцев.– Москва-Ижевск: НИЦ «РХД», 2005.– 124 с.
9. Берталанфи Л. фон. Общая теория систем - критический обзор [Текст] /Л. фон Берталанфи // Исследования по общей теории систем: Сборник переводов.- М.: Прогресс, 1969.- С. 23-89.
10. Уемов А.И. Системный подход и общая теория систем [Текст] / А.И. Уемов.- М.: Мысль, 1978.- 272 с.
11. Дяченко Н.П. Методологічне забезпечення інформаційно-аналітичної діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування. [Текст] / Н.П. Дяченко // Теорія та практика державного управління: зб. наук. пр. – Х. : Вид-во ХарРІ НАДУ "Магістр", 2013. – Вип. 4 (43). – С. 194 – 198.
12. Мильнер Б.З. Теория организации: Учебник. – 2-е узд., перераб. и доп. [Текст] / Б.З. Мильнер.- М.: ИНФРА-М, 2002.- 480 с.
13. Мандражи З.Р. Інформаційне забезпечення стратегічного управління підприємством. [Текст] / З.Р. Мандражи // Економічний аналіз: збірник наукових праць ТНЕУ. – Тернопіль.- 2015.- Том 20.- С. 251-256.
14. Мішеніна Н. В. Економічний аналіз: навч. посібник [Текст] / Н. В. Мішеніна, Г. А. Мішеніна, І. Є. Ярова. – Суми: Сумський державний університет, 2014. – 306 с.
15. Аналіз господарської діяльності: навч. посібник. [Текст] / За заг. ред. І.В. Сіменко, Т.Д. Косової.– К.: ЦУЛ, 2013.- 384 с.


**References (transliterated):**


1. Shim, Jae K., Siegel, Joel G. (2005). *Budgeting basics and beyond*. Hoboken, New Jersey, Published by John Wiley & Sons, Inc., 450 p.
2. Makachina, O.V. (2008). *Biudzhetirovanie, orientirovannoe na rezultat* [Budgeting for results], In *Vestnik IGEU*, 1, 23-27.
3. Hahn, Dietger. (1996). *Planung und Kontrolle: Controllingkonzepte*. Wiesbaden, Gabler Verlag, 765 p. DOI: 10.1007/978-3-663-12334-7.
4. Medzhidov, T.I. (2011). *Biudzhetirovanie, orientirovannoe na rezultat* [Budgeting for results], In *Audit i finfnsovii analiz* [Audit and financial analysis], 2, 1-3.
5. Fedoseev, A.V., Karabanov, B.M.(2013). *Bitva za effektivnost*. [The battle for effectiveness], Moscow,Alpina Pablisher, 288 p.
6. Sierikov, A.V., Krivoruchko H.V. (2017). *Upravlinnia efektyvnistiu hospodarskoi diialnosti na osnovi biugzhetuvannia, oriientovanoho na resultat*. [Management of the efficiency of economic activity on the basis of result-based budgeting], In *Ekonomichnii visnik Donbasu* [Economic Bulletin Donbass], 2(48), 150-156.
7. Ivanov V.F. *Poniattia "informatsii" u riznikh naukakh* [The notion of "information" in various sciences]. Aviable at: http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=41

8. Barantsev R.H. (2005). *Stanovlenie trinitarnoho mishleniia* [The formation of trinitarian thinking], Moscow-Izhevsk, NITS "RKHD", 124 p.

9. Bertalanffy L. von. .(1968). *General System Theory: Foundations, Development, Applications.* Nev York, George Braziller, 153 p.

10. Uemov A.I. (1978). *Sistemnii podkhod i obshchaia teoriia system.* [System approach and general theory of systems], Moscow, Misl, 272 p.

11. Diachenko N.P. (2013). *Metodolohichne zabezpechennia informatsiino-analitichnoi diialnosti organiv derzhavnoi vlady ta mistsevoho samovriaduvannia.* [Methodological provision of information and analytical activity of state authorities and local self-government bodies]. *In Teoriia ta praktika derzhavnoho upravlinnia: zb. nauk. prats* [Theory and Practice of Public Administration: Sb. sciences ave], Kharkiv, Magistr, 4(43), 194-198.

12. Milner B.Z. (2002). *Teoriia organizatsii: uchebnik* [Organization Theory: A Textbook], Moscow, INFRA-M, 480 p.

13. Mandrazhi, Z.R. Informatsine zabezpechennia stratehichnoho upravlinnia pidprisemstvom. [Information provision of strategic enterprise management]. In *Ekonomichnii analiz: zbirnik naukovikh prats* TNEU [Economic analysis: a collection of scientific papers of TNEU], 20, 251-256.

14. Mishenina N.V., Mishenina H.A., Yarova I. Ye. (2014). *Ekonomachnii analiz: navch. posibnik.* [Economic analysis: teaching. manual], Sumy, Sumy State University, 306 p.

15. Simenko I.V., Kosova T.D. (2013). *Analiz hospodarskoi diialnosti: navchalnii posibnik* [Analysis of economic activity: teaching. manual], Kiiv, TSUL, 384 p

*Надійшла (received) 27.09.2017*

*Бібліографічні описи / Библиографические описания / Bibliographic descriptions*

**Інформаційно-аналітичне забезпечення бюджетування, орієтованого на результат / А.В. Сєріков, Г.В. Криворучко** // Вісник НТУ "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки). – Х.: НТУ „ХПІ". - 2017. - № 45(1266).- С. 83-88 . Бібліогр. 15 назв. – ISSN 2519-4461.

**Информационно-аналитическое обеспечение бюджетирования, ориентированного на результат / А.В. Сериков, А.В. Криворучко** // Вестник НТУ "Харьковский политехнический институт" (экономические науки). – Х.: НТУ „ХПИ". - 2017. - № 45(1266).- С. 83-88 . Библиогр.: 15 названий. – ISSN 2519-4461.

**Information-analytical provision of budgeting, oriented on result / A. V. Sierikov, A.V. Krivoruchko** // Bulletin of NTU "Kharkiv Polytechnic Institute" (economic sciences). – Kharkiv.: NTU "KhPI". - 2017. - № 45(1266).- P. 83-88 . Bibliogr.: 15 names. – ISSN 2519-4461.

*Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors*

***Сєріков Анатолій Васильович***– кандидат фізико-математичних наук, професор, Харківський національний університет будівництва та архітектури, професор кафедри менеджменту та публічного адміністрування, тел.: (067) 709-41-69; (057) 762-38-72; e-mail: kha.serikov@gmail.com.

***Сериков Анатолий Васильевич*** – кандидат физико-математических наук, профессор, Харьковский национальный университет строительства и архитектуры, профессор кафедры менеджмента и публичного администрирования; тел.: (067) 709-41-69; (057) 762-38-72; e-mail: kha.serikov@gmail.com.

***Sierikov Anatoliy Vasilievych*** – Candidate of Physical and Mathematical Sciences, Full Professor, Kharkiv National University of Building and Architecture, Professor of the Department of Management and Public Administration, tel.: (067) 709-41-69; (057) 762-38-72; e-mail: kha.serikov@gmail.com.

***Криворучко Ганна Валентинівна***- Харківський національний університет будівництва та архітектури, викладач кафедри фінансів та кредиту, тел.: (066) 815-35-01; e-mail: gannakrivoruchko27@gmail.com.

***Криворучко Анна Валентиновна***- , Харьковский национальный университет строительства и архитектуры, преподаватель кафедры финансов и кредита, тел.: (066) 815-35-01; e-mail: gannakrivoruchko27@gmail.com

***Krivoruchko AnnaValentinovna*** - Kharkiv National University of Building and Architecture, Teacher of the Department of Finance and Credit, tel.: (066) 815-35-01; e-mail***: gannakrivoruchko27@gmail.com***

УДК 330.341

***В. О. АЛЕКСАНДРОВА***

# ВИЗНАЧЕННЯ ЧИННИКІВ ТА ЇХ ВПЛИВ НА РОЗВИТОК ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

Стаття присвячена оцінці чинників, які надають як позитивний, так і негативний вплив на розвиток готельно-ресторанного бізнесу в Україні. Розглянутий процес інтенсивного розвитку і глобалізації готельно-ресторанного бізнесу в Україні, як частині сервісного сектора економіки. На цей процес роблять вплив багато чинників, роль яких може бути різною як по силі, так і за тривалістю і напрямом дії. Дослідження розглянутих чинників підтверджує існування взаємозв'язку між розвитком готельно-ресторанного бізнесу і регіону.

**Ключові слова:** гостинність, економічні і фінансові фактори, готельний і ресторанний бізнес.

Статья посвящена оценке факторов, которые оказывают как позитивное, так и негативное влияние на развитие отельно-ресторанного бизнеса в Украине. Рассмотрен процесс интенсивного развития и глобализации гостинично-ресторанного бизнеса в Украине, как части сервисного сектора экономики. На этот процесс оказывают влияние многие факторы, роль которых может быть разной как по силе, так и по продолжительности и направлению действия. Исследование рассмотренных факторов подтверждает существование взаимосвязи между развитием гостинично-ресторанного бизнеса и региона.

**Ключевые слова**: гостеприимство, экономические и финансовые факторы, гостиничный и ресторанный бизнес.

Tourism in many countries is the highly developed industry of large business. Development of hotel and restaurant business is closely related to development of tourism. Article is devoted to consideration of the factors rendering both positive and negative impact on development of the sphere of hospitality in Ukraine. Hotel and restaurant business is an integral part of service sector in regional market economy, which role, value and also range of services continuously increases in process of the general social and economic development of Ukraine. The analysis of the listed factors testifies to interrelation existence between development of hotel and restaurant business and the region.

**Keywords:** hospitality, economic and financial factors, hotel and restaurant business.

**Вступ.** Розвиток готельного бізнесу тісно пов'язаний з розвитком туризму. Чим розвиненішою є туристська привабливість тієї або іншої країни або якого-небудь регіону в країні, в першу чергу, для іноземців, тим нижче ризик соціально-економічних потрясінь в даному регіоні. Так, в кризові для економіки країни періоди іноземний туризм є чинником, що забезпечує стабільні грошові надходження в економіку регіону і бюджети міст, а також забезпечує ту необхідну валютну складову, яка така необхідна для подолання складних фінансових ситуацій.

Процес інтенсивного розвитку і глобалізації готельно-ресторанного бізнесу в Україні як частини сервісного сектора економіки схильний до впливу багатьох чинників, роль яких може бути різною як по силі, так і за тривалістю і напрямом дії. Серед чинників, що надають як позитивну, так і негативну дію на розвиток сфери готельно-ресторанних послуг в регіоні, розглянуті екстенсивні і інтенсивні. Екстенсивними чинниками є: зростання чисельності працівників, збільшення кількості матеріальних ресурсів, що залучаються до господарського обороту, будівництво нових підприємств індустрії готельно-ресторанних послуг з високим технічним рівнем. Інтенсивні чинники – підвищення кваліфікації персоналу, технічне вдосконалення матеріальної бази на основі впровадження досягнень і результатів науково-технічного прогресу, включаючи реалізацію програм підвищення культури і якості обслуговування індустріалізацію, технологізацію і комп'ютеризацію, раціональне використання і розподіл матеріальних ресурсів. Готельний і ресторанний бізнес є невід'ємною частиною сервісного сектори в регіональній ринковій економіці, роль, значення, а також об'єм послуг, які надаються, безперервно зростає у міру загального соціально-економічного розвитку регіону. Аналіз перерахованих чинників свідчить про існування взаємозв'язку між розвитком готельно-ресторанного бізнесу і регіону. Підприємства індустрії готельно-ресторанних послуг інтенсивніше розвиваються там, де стабільні економічна і політична ситуація, а також багатообразна соціально-культурна інфраструктура. Чинники, стримуючі розвиток готельно - ресторанного бізнесу в регіоні, – це його економічна, політична і фінансова нестабільність, доход споживачів інфляція, безробіття.

**Постановка проблеми у загальному вигляді.** Підприємства готельно-ресторанних послуг є невід'ємною частиною ринкового середовища, значення якого постійно підвищується в залежності від загального соціально-економічного розвитку країни. Процес інтенсивного розвитку і глобалізації готельно-ресторанного бізнесу в Україні як частини сервісного сектора економіки схильний до впливу багатьох чинників, роль яких може бути різною як по силі, так і за тривалістю і напрямом дії. Більшість людей, що працюють у сфері готельно-ресторанного бізнесу прагнуть враховувати багато чинників вітчизняної дійсності. Тому комплексне вивчення дії чинників, що надають як позитивну, так і негативну дію значно впливає на розвиток сфери готельно-ресторанних послуг в регіоні, і дає можливість управління ними.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій, у**

© В.О. Александрова, 2017

**яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спирається автор.** Питанням конкурентоздатності товарів приділяли увагу багато як вітчизняних, так і закордонних науковців, серед них М.М. Артус, П.В. Баранов, И. О. Бухаров, В.Г. Герасименко, О.М. Ковалюк, І.А. Ломачинська, О.П. Луцій, С. Г. Нездоймінов, Ф. С. Сокирянский, Я. Л.Ярков, Л. Ван Дер Ваген, Дж. Р. Уокер, Е.-Т. Крістофер та ін. Це питання залишається актуальним й досі, що підтверджує значний обсяг сучасних публікацій.

Туризм в багатьох країнах – це високо розвинута галузь великого бізнесу. На його частку доводиться близько 10% світового валового національного продукту, 30% світової торгівлі послугами і 7% світових інвестицій. Іноземний туризм надає вплив на стан платіжного балансу, на його частку доводиться вище 5% доходів від світового експорту. Україна через ряд об'єктивних причин пізніше за інші країни приступила до розвитку міжнародного туризму. Не дивлячись на свій великий потенціал, вона займає вельми скромне місце на світовому туристському ринку. Тому в наший країні за останні роки розвитку туризму почали приділяти велику увагу. Ухвалення ряду законодавчих актів і цільових програм сприяло розвитку туризму.

Ринок готельних послуг в Україні характеризувався монопольним положенням держави як власника готельних підприємств. Існували внутрідержавні стандарти якості обслуговування, система класифікації готельних підприємств по категоріях готелів і номерів, які виходили з вимог, що пред'являються монополізованою економікою, орієнтованою на виробництво, а не на надання високоякісних послуг, і тому багато в чому не відповідали за якістю і асортименту світовим стандартам.

У зв'язку з політичними і економічними змінами, подіях в країні, збільшилися ділові і культурні зв'язки між Україною і останніми миром, що сприяло зростанню контактів між фірмами і зростанню числа іноземних туристів, що прибувають до нашої країни з діловими і особистими цілями. В результаті з'явилися проекти по реконструкції тих, що існують і будівництву нових готелів, зміні структури управління готельних підприємств, у багатьох випадках із залученням провідних готельних фірм Заходу.

На сьогоднішній день основними проблемами готельної індустрії в Україні є:

- застарілі специфіка управління і методи обслуговування клієнтів;
- неефективна організаційна структура;
- відсутність грамотної рекламної діяльності;
- неефективне управління доходами;
- застарілі основні фонди і застосування недосконалих технологій;
- неефективна цінова політика;
- низька якість пропонованого набору послуг, на якому відбивається незадовільний стан готельних будівель, що вимагають поточний або капітальний ремонт;
- відсутність резерву підготовлених кадрів, що дозволяє гнучко вирішувати проблеми сезонного коливання завантаження;
- неефективна організація праці у ряді готелів, що приводить до підвищення трудовитрат в процесі готельного обслуговування;
- відсутність на ринку готельних послуг достатньої кількості кадрів, що мають необхідну для сучасних умов роботи кваліфікацію і так далі.

Індустрія готельно-ресторанних послуг – підприємства готельного, ресторанного сервісу, відпочинку і дозвілля – завжди була об'єктом пильної уваги органів державного управління. Ця обставина пов'язана з двома чинниками.

1. Підприємства індустрії готельно-ресторанних послуг формують і надають послуги, що задовольняють фізичні, духовні і моральні потреби населення і, як правило, що мають підвищений споживчий попит незалежно від соціального положення і грошового достатку громадян.

2. Ряд послуг підприємств індустрії готельно-ресторанних послуг, так само як і технологічний процес їх виробництва, несуть в собі підвищену соціальну відповідальність перед громадянами. Питання гігієнічної безпеки, дотримання прав і інтересів споживачів не може бути залишений без особливої уваги і контролю з боку держави [2] .

Як значущий чинник слід виділити територію, що є соціально економічним простором, в якому розвивається готельно-ресторанний бізнес.

Вплив економічних і фінансових факторів на сферу готельно-ресторанних послуг (таких, як зміна економічної і фінансової ситуації, рівня доходів населення) обумовлений тим, що між тенденціями розвитку готельно - ресторанного бізнесу і економіки регіону спостерігається тісний взаємозв'язок. Як правило, від економічного положення регіону залежить рівень розвитку матеріально-технічної бази і інфраструктури сфери готельно-ресторанних послуг [1].

З соціальних чинників, перш за все, необхідно відзначити збільшення вільного часу у населення (скорочення робочого часу, збільшення тривалості щорічних відпусток), що у поєднанні із зростанням рівня життя означає притоку нових потенційних клієнтів, підвищення рівня їх освіти, культури, естетичних потреб. Оскільки сьогодні спостерігається тенденція до дроблення відпускного часу, то для розвитку готельного і ресторанного бізнесу в регіоні важливо знати загальний бюджет вільного часу різних соціальних груп, структуру цього часу (по днях тижня, видах діяльності у вільний час), зміст і динаміку ціннісних орієнтації реального і потенційного споживача послуг підприємств індустрії готельно-ресторанних послуг.

Одним з важливих чинників, що впливають на розвиток готельного і ресторанного бізнесу, є екологічний, такий, що визначає, наскільки споживач задоволений обслуговуванням, відпочинком, виконанням бажань, через відчуття комфортності, атмосфери готельно-ресторанних послуг, безпеці і благотворної оздоровляючої дії.

Постійний вплив на розвиток аналізованою сфери роблять демографічні фактори, тобто чисельність населення, статевовікова структура, сімейний стан, кваліфікованість кадрів і ін.

Не менш значущі політико-правові фактори: політична обстановка в регіоні; пом'якшення

адміністративного контролю у сфері гостинність; уніфікація податкової і грошової політики.

На розвиток підприємств індустрії готельно-ресторанного бізнесу істотний вплив роблять і техніко - технологічні чинники, пов'язані з науково-технічним прогресом. Відкриваються можливості для вдосконалення і виробництва нового вигляду послуг, використання інформаційних технологій.

Чинниками, що впливають на сферу готельно-ресторанного бізнесу є:

- матеріально-технічні чинники, попит і пропозиція готельно-ресторанних послуг; поглиблення сегментації ринку;
- вдосконалення засобів і методів масовою інформації і зв'язків з громадськістю в просуванні, рекламі і реалізації послуг підприємств індустрії готельно-ресторанних послуг; підвищення професійного рівня кадрів підприємств живлення і готелів;
- пріоритетний розвиток приватного бізнесу у сфері готельно-ресторанних послуг [2].

Вище перераховані чинники можна підрозділити на екстенсивних і інтенсивних.

До екстенсивних чинників відносяться: зростання чисельності працівників, збільшення кількості що залучаються до господарського обороту матеріальних ресурсів, будівництво нових підприємств індустрії готельно-ресторанних послуг з високим технічним рівнем.

Інтенсивні чинники – підвищення кваліфікації персоналу, розвиток професійно-кваліфікаційної структури (технічне вдосконалення матеріальної бази на основі впровадження досягнень і результатів науково - технічного прогресу, включаючи реалізацію програм підвищення культури і якості обслуговування, індустріалізацію, технологізацію і комп'ютеризацію, раціональне використання і розподіл матеріальних ресурсів і т. д.) [4].

До стримуючих чинників відносяться: економічні кризи, політична і фінансова нестабільність регіону, інфляція, безробіття, неблагополуччя екологічної ситуації і так далі.

Особливе місце серед чинників, що роблять вплив на прибутковість підприємств індустрії готельно-ресторанних послуг, займає чинник сезонності. Під сезонністю розуміють властивість клієнтських потоків концентруватися у визначених місцях впродовж невеликого періоду часу. Так, новорічні, різдвяні та інші свята спричиняють за собою перевантаженість підприємств готельно-ресторанного бізнесу.

Останніми роками кількість чинників, що впливають на попит готельних і ресторанних послуг, помітно зросла. Попит різко диференціювався: споживачі з високим рівнем доходів демонструють відповідно високу вибірковість і вимогливість до якості послуг підприємств індустрії готельно-ресторанних послуг. У зв'язку з цим до чинників, що визначають поведінка споживача, відносяться мотиви і причини.

Як основні мотиви у споживачів готельних і ресторанних послуг виступають:

– фізичні (потреба у відпочинку, підтримка здоров'я, розваги, психологічна розрядка);

– культурні – бажання більше дізнатися (фольклор, музика, мистецтво, танці, живопис, релігія, природа);

– між особові (бажання «втекти» від рутини, прагнення відвідати друзів, родичів, завести нові знайомства і т. д.);

– престижні – бажання підвищити свій соціальний статус (турбота про репутацію, потреба у визнанні, а також в більшій увазі з боку інших людей, прагнення бути оціненим по заслугах) [2].

Більшість представників ресторанного бізнесу прагнуть стежити за модними тенденціями ринку, а свій ресторан – зробити модним.

Чинником «модності» є: особливості кухні, тип ресторану, якісний сервіс, атмосфера, додаткові розваги, нові технології і устаткування. Авангардом моди стала кухня стилю «fusion» (змішана); другий напрям, що входить сьогодні в моду, – низькокалорійне меню (східна кухня, особливо японська і китайська), хоча безпосередньо після фінансової кризи в вітчизняних ресторанах переважала українська національна кухня. Формується і нове зрушення – спостерігається зростання популярності італійської кухні, а також кухні середземноморської спрямованості.

Ця тенденція більшою мірою визначається не стільки модою, скільки економічними чинниками, що визначають рівень доходу соціальної групи, іменованою «середнім класом», попит на ресторанні послуги якої, на відміну від високодохідної групи, еластичніший, що знаходить віддзеркалення у формуванні пропозиції: активно розвиваються ресторани з середнім рівнем цін. Їх концепція може бути найрізноманітнішою і динамічно змінною, такою, що забезпечує адаптацію бізнесу до змін моди.

Ключова фігура, що забезпечує необхідний рівень сервісу в ресторані, – офіціант, в окремих випадках це може бути як безпосередньо господар ресторану, так і менеджери, що взаємодіють з відвідувачами. У ресторанах, що претендують на статус модного, від офіціанта вимагається не тільки запобігливість і знання меню, але і певний інтелектуальний рівень, і навіть деяка «узгодженість» з тією публікою, яка відвідує ресторан.

Багато в чому атмосферу ресторану формує дизайн. Оскільки професійне оформлення ресторану вимагає великих витрат, дизайн стає відносно інерційним елементом, що не завжди відбиває рухомі зміни моди.

Другий елемент, що формує атмосферу, – музика в ресторані. Для більшості відвідувачів вона має принциповіше значення, важливіше, ніж колірні рішення по оформленню інтер'єру, і вносить важливий внесок до успіху бізнесу. На відміну від дизайну, зміна цього елементу не вимагає значних витрат, і рішення по музичному оформленню знаходяться в компетенції менеджера по розвагах.

У зв'язку із значною адаптацією відвідувачів ресторанів до традиційних видів пропонованих розваг на ресторанному ринку виникла нова тенденція – поєднання несумісних раніше форматів, наприклад, клуб і кафе, галерея і ресторан, салон краси і кав'ярня і т. д., причому все більш починають лідирувати інтелектуальні розваги.

Новий стан попиту почав позначатися на сучасних технологіях ресторанного бізнесу, а значить, на об'ємі і структурі пропозиції на ринку послуг громадського харчування. Технології по приготуванню їжі відносно консервативні: існує достатньо обмежений перелік

способів приготування. Проте, нові рішення в області ресторанного устаткування для вітчизняних рестораторів представляє значний інтерес.

Фінансова криза внесла істотні зміни до характеру розвитку регіонального ринку готельних і ресторанних послуг – скорочення доходів в основному середнього класу спровокувало різке падіння попиту на послуги підприємств індустрії готельно-ресторанних послуг і загострило їх конкуренцію. Готелі і ресторани опинилися в драматичній ситуації, зіткнувшись з комплексом нових проблем, які для того, щоб залишитися на ринку, необхідно було вирішувати. Вирішення проблем було нерозривно пов'язане із зміною ринковій стратегії. На думку активних рестораторів, безперспективними визнаються дорогі ресторани і кафе, так само як і дешеві їдальні і закусочні. Розвиток готельно-ресторанного ринку в регіонах почали визначати ніші, зайняті недорогими сімейними ресторанами, ресторанами середньої цінової групи, а також мережами готелів і ресторанів, що оперують під однією торговою маркою. Підходи до управління підприємствами індустрії готельно-ресторанних послуг радикально змінилися – вони стали професійнішими і акцентованими на стратегічні аспекти. Тепер практично всі рішення, пов'язані з функціонуванням бізнесу, базуються на маркетингових дослідженнях: аналізується якщо не готельно-ресторанний ринок в цілому, то, принаймні, та ніша, яку займає підприємство, виявляється і досліджується цільова група, освоюються нові підходи і методики проведення рекламної діяльності і так далі

**Висновки.** Таким чином, готельний і ресторанний бізнес є невід'ємною частиною сервісного сектора в регіональній ринковій економіці, роль, значення, а також об'єм послуг якого безперервно зростає у міру загального соціально-економічного розвитку регіону. Аналіз перерахованих чинників свідчить про існування взаємозв'язку між розвитком готельно-ресторанного бізнесу і регіону. Підприємства індустрії готельно-ресторанних послуг інтенсивніше розвиваються там, де стабільні економічна і політична ситуація, а також багатообразна соціально-культурна інфраструктура. Чинники, стримуючі розвиток готельного і ресторанного бізнесу в регіоні, – це його економічна, політична і фінансова нестабільність, доходи споживачів, інфляція, безробіття.

**Список літератури.**


1. *Ефимов С. Л., Осипов В. П.* – Ресторанный бизнес / *под общ. ред. С. Л. Ефимова* // – М., 2010.
2. *Сирый В. К. Бухаров И. О., Ярков С. Я., Сокирянский Ф. Л.* – Ресторанный бизнес: управляем профессионально и эффективно. – М., 2008.
3. *Нездоймінов С. Г.* – Туризм як фактор регіонального розвитку : методологічний аспект та практичний досвід : монографія / С. Г. Нездоймінов. - Одеса : Астропринт, 2009. - 304 с.
4. Ринки туристичних послуг: стан і тенденції розвитку: [монографія] / За заг. ред. В.Г. Герасименка. – Одеса: Астропринт, 2013. – 304 с.


**References (transliterated):**


1. Efymov S. L., Osypov V. P. – *Restorannыy byznes* / pod obshch. red. S. L. Efymova // – Moscow, 2010.
2. Syrыy V. K. Bukharov Y. O., Yarkov S. Ya., Sokyryanskyy F. L. – *Restorannыy byznes: upravlyaem professyonal'no y эffektyvno*. – Moscow, 2008.
3. Nezdoyminov S. H. – *Turyzm yak faktor rehional'noho rozvytku : metodolohichnyy aspekt ta praktychnyy dosvid : monohrafiya* / S. H. Nezdoyminov. - Odesa : Astroprynt, 2009. - 304 p.
4. *Rynky turystychnykh posluh: stan i tendentsiyi rozvytku*: [monohrafiya] / Za zah. red. V.H. Herasymenka. – Odesa: Astroprynt, 2013. – 304 p.


*Надійшла (received) 27.09.2017*

*Бібліографічні описи / Библиографические описания / Bibliographic descriptions*


**Визначення чинників та їх вплив на розвиток готельно-ресторанного бізнесу/ В. О. Александрова** // Вісник НТУ "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки). – Х.: НТУ „ХПІ". - 2017. - № 45(1266).- С. 89-92 . Бібліогр. 4 назв. – ISSN 2519-4461.

**Определение факторов и их влияние на развитие гостинично-ресторанного бизнеса/ В. А. Александрова** // Вестник НТУ "Харьковский политехнический институт" (экономические науки). – Х.: НТУ „ХПИ". - 2017. - № 45(1266).- С. 89-92 . Библиогр.: 4 названий. – ISSN 2519-4461.

**Determination of factors and their influence on development of hotel-restaurant business/ V. A. *Aleksandrova*** // Bulletin of NTU "Kharkiv Polytechnic Institute" (economic sciences). – Kharkiv.: NTU "KhPI". - 2017. - № 45(1266).- P. 89-92 . Bibliogr.: 4 names. – ISSN 2519-4461.


*Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors*


***Александрова Вікторія Олександрівна*** – старший викладач, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», м. Харків, тел.: (067) 720-90-01, e-mail: vik_al07@ukr.net

***Александрова Виктория Александровна*** – старший преподаватель, Национальный технический университет «Харьковский политехнически институт», г. Харьков, тел.: (67) 720-90-01, e-mail: vik_al07@ukr.net

***Aleksandrova Viktorija Aleksandrovna*** - senior lecturer, National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute", tel .: (067) 720-90-01, e-mail: vik_al07@ukr.net

УДК 65.012

***Н. С. СВІЩОВА, В. О. ЧЕРЕПАНОВА, О.С. ЛОКТІОНОВА***

# НОУ-ХАУ: ПОНЯТТЯ, МЕТОДИ ЗАХИСТУ ТА РОЛЬ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ

Розглянуто різні визначення поняття «ноу-хау», проведено історичний аналіз щодо використання цього терміну та встановлена його роль в управлінській діяльності підприємства. Проаналізовано види та призначення «ноу-хау» для здійснення бізнесу промисловими підприємствами. Охарактеризовано сучасні юридичні особливості використання «ноу-хау», а також методи його захисту. Запропоновано шляхи вдосконалення адміністративно-правових та організаційно-економічних умов управління інтелектуальною власністю підприємств з метою підвищення ефективності їх інноваційної діяльності.

**Ключові слова:** інтелектуальна власність, ноу-хау, промислові підприємства, методи захисту прав, ліцензія

Рассмотрены различные определения понятия «ноу-хау», проведен исторический анализ по использованию этого понятия и установлена его роль в управленческой деятельности предприятия. Проанализированы виды и назначение «ноу-хау» для осуществления бизнеса промышленными предприятиями. Охарактеризованы современные юридические особенности использования «ноу-хау», а также методы его защиты. Предложены пути совершенствования административно-правовых и организационно-экономических условий управления интеллектуальной собственностью предприятий с целью повышения эффективности их инновационной деятельности..

**Ключевые слова:** интеллектуальная собственность, ноу-хау, промышленные предприятия, методы защиты прав, лицензия

Different definitions of "know-how" are considered, a historical analysis is conducted on the use of this term and its role in the management of the enterprise is established. The types and purpose of "know-how" for realization of business by industrial enterprises are analyzed, in particular know-how of management character, which characterizes the most effective organizational structures and methods of management, are analyzed. The modern legal features of know-how use as well as methods of its protection are described. The ways of improvement of administrative-legal and organizational-economic conditions of management of intellectual property of enterprises are proposed in order to increase the efficiency of innovation activity of industrial enterprises.

**Key words:** intellectual property, know-how, industrial enterprises, methods of protection of rights, license

**Вступ.** За даними держстату «впродовж 2016 року наукові дослідження і розробки в Україні виконували 972 організації, 46,6 % з яких належали до державного сектору економіки, 37,7 % – до підприємницького, 15,7 % – вищої освіти»[1].

В останні десятиріччя інновації набувають значної популярності серед різних напрямків бізнесу. Загальний обсяг витрат на виконання цих робіт «власними силами організацій становив 11530,7 млн.грн, у тому числі витрати на оплату праці – 5751,0 млн.грн.

У 2016 році інноваційною діяльністю в промисловості займалися 834 підприємства, або 18,9 % обстежених промислових. Протягом 2016 року на інновації підприємства витратили 23,2 млрд.грн, у тому числі на придбання машин, обладнання та програмного забезпечення – 19,8 млрд.грн, на внутрішні та зовнішні науково-дослідні розробки – 2,4 млрд.грн, на придбання існуючих знань від інших підприємств або організацій – 0,1 млрд.грн та 0,9 млрд.грн – на іншу інноваційну діяльність (включаючи проектування, навчання, маркетинг та іншу відповідну діяльність (інші витрати).

У 2016 році 88,1 % інноваційно активних промислових підприємств упроваджували 4139 інноваційних видів продукції, з яких 978 – нових виключно для ринку, 3161 – нових лише для підприємства. Із загальної кількості впровадженої продукції 1305 – нові види машин, устаткування, приладів, апаратів тощо, з яких 22,3 % нових для ринку.»[1].

Отже, за даними статистики у 2016 році менше 20 % промислових підприємств здійснювали активну інноваційну діяльність. При цьому лише 76,5 % нових інноваційних продуктів було впроваджено на інноваційно активних підприємствах. Тобто в Україні інноваційна діяльність у промисловості здійснюється дуже повільно. Така ситуація пояснюється багатьма причинами як об'єктивного, так і суб'єктивного характеру. По-перше, це не достаток власних коштів для її фінансування, а по-друге, –невизначеність у питаннях щодо закупівлі, впровадження та використання наукових розробок, у тому числі «ноу-хау».

**Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими чи практичними завданнями.** Входження України в світовий економічний простір стимулювало низку трансформаційних перетворень у сфері інтелектуальної власності. В умовах сучасного реформування цієї сфери питання визначення, використання та захисту об'єктів права інтелектуальної власності набуває нового значення та є доцільним та своєчасним.

Після підписання ряду реформ початок повільного оздоровлення економіки покладено, що стимулює підприємства планувати власний розвиток з використанням інноваційних продуктів.

Одним з результатів інтелектуальної діяльності людини є «ноу-хау». Перш за все, важко знайти однозначне та всеосяжне визначення цього поняття в діючому законодавстві України, бо Закон про регулювання відносин стосовно «ноу-хау» відсутній. Доцільне використання його також ускладнено тим, що два підприємства під час укладання угоди стосовно «ноу-хау» можуть мати на увазі різні визначення. Тому створюється перепона для ефективної взаємодії між суб'єктами господарювання, яка може призвести до відмови співробітництва в сфері інтелектуальної власності, а згодом – до непотрібності створення нових об'єктів. Забезпечення ефективного та доцільного використання нематеріальних ресурсів підприємств є

© Н. С. Свіщова, В. О. Черепанова, О.С. Локтіонова, 2017

вкрай важливим, а тому цікавим та актуальним для наукового дослідження.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій, у яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спирається автор.** Науковий доробок українських та іноземних вчених стосовно дослідження «ноу-хау» є достатньо великим. Серед них такі вчені як В. Дергачова, С. Пермінова, С. Князєв, О. Штефан, В. Жаров, С. Довгий, В. Зайчук та інші. Проте, однозначної думки про визначення поняття «ноу-хау» немає.

Дослідження методів захисту «ноу-хау» на підприємстві перебувають на початковому рівні. Серед науковців, котрі присвячують свої публікації означеній проблемі, можна назвати: Т. Бєгова, О. Кулініч, А. Дідук, О. Колосов, Б. Прахов, Ю. Носік. Наявні наукові дослідження не вичерпують усієї проблематики досліджуваного питання, а тому відкривають широкий простір для наукового осмислення.

Метою статті є ґрунтовний аналіз поняття «ноу-хау» та поняття «управлінське ноу-хау», визначення ролі ноу-хау в управлінській діяльності підприємства та способів його захисту як об'єкту інтелектуальної власності.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Термін «ноу-хау» вперше виник в американській судовій практиці в 1917 році[2]. У дослівному перекладі словосполучення ноу-хау являє собою транслітерацію англійського виразу «know-how to do it», буквальний переклад якого означає «знати, як це зробити», наприклад, як налагодити виробництво будь-якого продукту або виконати будь-яку роботу, надати послугу тощо.

У Європі поняття «ноу-хау» стало використовуватися значно пізніше, ніж в США. На сьогодні є актуальним його визначення, що знаходиться у законодавстві Європейського Союзу. Регламентом Комісії ЄС № 772/2004 від 27 квітня 2004 року щодо застосування частини третьої статті 81 Договору про заснування ЄС до категорій угод про передачу технологій «ноу-хау» трактується як сукупність незапатентованої практичної інформації, що є результатом досвіду або випробувань і яка є:

- секретною, тобто не загальновідомою або легко доступною;
- значимою, тобто важливою та корисною для виробництва товарів за угодою;
- визначеною, тобто описаною у достатньо повний спосіб так, що можна підтвердити, що вона відповідає критеріям секретності та значимості[2].

На сьогоднішній день в Україні немає окремого нормативно-правового документа, котрий регулює відносини стосовно ноу-хау. З 1991 р поняття «ноу-хау» вживалось у понад 270 нормативних актах, проте його визначення є тільки в декількох з них[3]. Так, у Законі України «Про державне регулювання діяльності у сфері трансферу технологій» від 14.09.2006 р. наведено, що ноу-хау – технічна, організаційна або комерційна інформація, що отримана завдяки досвіду та випробуванням технології та її складових, яка: не є загальновідомою чи легкодоступною на день укладення договору про трансфер технологій; є істотною, тобто важливою та корисною для виробництва продукції, технологічного процесу та/або надання послуг; є визначеною, тобто описаною достатньо вичерпно, щоб можливо було перевірити її відповідність критеріям незагальновідомості та істотності[4].

Податковий кодекс України дає власне дуже коротке визначення: ноу-хау – «це інформація промислового, комерційного чи наукового досвіду»[5].

В Законі України «Про інвестиційну діяльність» під «ноу-хау розуміється сукупність технічних, технологічних, комерційних та інших знань, оформлених у вигляді технічної документації, навиків та виробничого досвіду, необхідних для організації того чи іншого виду виробництва, але не запатентованих»[6].

Також можна зазначити, що серед дослідників має місце явна термінологічна невизначеність: щодо ноу-хау застосовуються найрізноманітніші терміни, а саме: «комерційна таємниця», «виробничий / технічний /комерційний секрет», «конфіденційна / закрита інформація», «комерційна / службова таємниця». Тож буде доцільним дати власне визначення поняттю, що розглядається.

Отже, під поняттям «ноу-хау» у даному дослідженні розуміється певний обсяг знань, котрі виражені в матеріальній формі (інструкції щодо виконання певних робіт, організаційні схеми підприємств, інша управлінська документація, формули, програмне забезпечення, методи ведення бізнесу тощо) та необхідні для успішного функціонування підприємства в будь-якій сфері діяльності. Ця інформація є конфіденційною, не надбала загального розголосу та може забезпечити власнику значну перевагу серед конкурентів.

Коли говорять про ноу-хау, найчастіше мають на увазі технологічні або конструкторські секрети виробництва. Але під ноу-хау Г. Л. Багієв, Н. К. Моісєєва та В. І. Черенков розуміють «відомості управлінського та організаційного характеру»[7]. З огляду на це, можна класифікувати «ноу-хау» за характером:

- науково-технологічне;
- управлінське;
- комерційне;
- фінансове.

Науково-технологічне ноу-хау – це, як правило, досягнення підприємства, на які можна було б отримати патент, але підприємство прийняло рішення цього не робити або ж які захищені патентом, але й представлені як ноу-хау. Комерційне ноу-хау містить в собі інформацію щодо ринку збуту певної продукції. Фінансові – відомості щодо вигідного використання грошових коштів, цінних паперів, акцій, капіталовкладень з урахуваннями зміни курсу валют, податкового законодавства, митних обмежень та іншої подібної інформації.

Ноу-хау управлінського характеру звичайно полягає в найбільш ефективних структурах і методах управління, найбільш простих та надійних структурних зв'язків як по вертикалі, так і по горизонталі, в чіткому розподілі обов'язків та складу цих обов'язків, в функціональній взаємодії структурних підрозділів та підприємств, що кооперують між собою. Великою цінністю в області управління є ноу-хау, котрі пов'язані з

використанням електронно-обчислюваної техніки та машин.

Передача прав на ноу-хау не може здійснюватися тотожно передачі прав інших об'єктів інтелектуальної власності, бо ноу-хау не може мати будь-який охоронний документ, адже це суперечить поняттю «ноу-хау» при розкритті інформації громадськості. Юридично обмежити використання ноу-хау можна тільки під час укладання угоди з конкретним суб'єктом.

Угода щодо передачі ноу-хау визначається зазвичай як надання безпатентної ліцензії і характеризується деякими особливостями, пов'язаними зі специфікою ноу-хау. На відміну від винаходів, ноу-хау в більшості країн не має прямого правового захисту, не реєструється і не публікується. Так як найважливішою ноу-хау властивістю є його невідомість третім особам, то забезпечення конфіденційності угоди про передачу його є необхідною умовою договору про передачу ноу-хау. Іншою істотною умовою договору про передачу ноу-хау, як правило, є заборона видачі субліцензій з боку ліцензіата[8].

В ліцензійній угоді щодо передачі ноу-хау також повинні бути узгоджені умови про даний об'єкт, тобто зазначено про те, яка інформація передається, термін її передачі, розміри винагороди, умови та права на подальшу передачу та збереження конфіденційності, а також міра відповідальності.

Часто право на використання ноу-хау стає складовою частиною франшизи, яка надається одним суб'єктом (франчайзером) іншому (франчайзі) за встановлену плату для використання у сфері підприємницької діяльності.

Управлінські ноу-хау найчастіше передаються в рамках договору франчайзингу як ефективні прийоми організації виробництва та завоювання ринку. Управлінські ноу-хау тісно зв'язані з поняттям «гудвіл», що означає «добре ім'я фірми» і являє собою сукупність напрацьованих у результаті тривалого використання маркетингових прийомів. Знання і навички співробітників, списки клієнтів, послідовність дій на кожнім робочому місці, оптимальне розташування робочих місць у приміщеннях – усе це як складова управлінського ноу-хау також являє інтерес для франчайзі. Також угоди на передачу ноу-хау можуть включати обов'язкову умову надання допомоги на його впровадження (авторський супровід), що дуже доцільне для франшизи.

Ноу-хау є невід'ємною частиною інноваційної діяльності підприємства, тож доцільно буде розглянути й аспект ноу-хау в діяльності фірми.

Наявність ноу-хау на підприємстві свідчить не тільки про надбання результатів інноваційної діяльності, але й про високий розвиток самого підприємства [9], бо прийняття рішення про створення ноу-хау замість винаходу чи корисної моделі свідчить про певну перевагу серед конкурентів. У випадку публікації отриманого патенту конкуренти можуть знайти так звані «лазівки» в законодавстві, щоб вільно використовувати результати чужої інтелектуальної діяльності. У випадку ж з ноу-хау такого статися не може, бо інформація строго конфіденційна. Звісно ж, існують такі злочини як промислове шпигунство, недобросовісна конкуренція тощо, але ці злочини караються згідно діючого законодавства. Крім того, у порівнянні з іншими інститутами інтелектуальної власності (наприклад, авторським і патентним правом) секретом виробництва може бути найбільш широке коло об'єктів.

Окрім очевидної переваги в конкурентоспроможності ноу-хау надає підприємству можливість доповнити статутний капітал вкладом у вигляді нематеріальних активів. А це збільшує не тільки вартість компанії на ринку, але й чистий прибуток від реалізації продукції.

Ще однією перевагою ноу-хау є необмеженість строку дії виключного права, бо ноу-хау вважається ноу-хау доки воно не здобуде загального оголошення. Найвідомішим прикладом ноу-хау є рецепт безалкогольного газованого напою Кока-кола, який корпорація тримає в секреті з 1886 року. Протягом 2015 року компанія отримала 23,9 млдр доларів чистого доходу поза межами США[10].

Також розповсюдженою є купівля-продаж ноу-хау. Тут стає доречною ще одна перевага: оперативність та економічність правової охорони, тому що визнання відомостей ноу-хау здійснюється самим правовласником. Тож відсутній нормативно-правовий акт з очікуванням проведення експертиз, отримання дозволів тощо, що дозволяє швидко отримати прибуток від продажу (в залежності від умов купівлі-продажу).

**Висновки.** На сьогодні в України немає єдиного однозначного визначення поняття «ноу-хау», різні законодавчі акти по-різному трактують його.. Це обумовлено відсутністю нормативно-правового акту стосовно ноу-хау, а також різнобічними думками щодо ноу-хау на світовому рівні. Специфіка правової охорони ноу-хау порівняно з охороною інших об'єктів інтелектуальної власності залишається не врегульованою. Тож зазвичай власник ноу-хау передбачає засоби захисту безпосередньо у договорі з тим суб'єктом, якому він передає право на використання ноу-хау, в тому числі управлінського характеру.

Безумовно, ноу-хау має цілу низку переваг, серед них підвищення своєї конкурентоспроможності на ринку, поповнення статутного капіталу підприємства, оперативність та економічність правової охорони, а також необмеженість строку дії виключного права. У подальшому дослідженні доцільно приділити увагу розробці методів та інструментів щодо ефективного управління використанням цього об'єкту інтелектуальної власності на промислових підприємствах.

**Список літератури**

1. Наука, технології та інновації. Держстат України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/publnauka_u.htm

2. *Князєв С. О.* Проблеми правового використання «ноу-хау» в Україні// Юридичний журнал. – № 12. – К., 2007. – с. 85-89.

3. Цивільне право: підручник : у 2 т. / *Борисова В. І.*, (кер. авт. кол.), *Л. М. Баранова, М. В. Домашенко* та ін.. ; за ред. *В. І. Борисової, І. В. Спасибо-Фатєєвої, В. Л. Яроцького*.-2-ге вид., переробл. та допов. – Х.: Право, 2014. Т. 1. – 656 с

4. Закон України «Про державне регулювання діяльності у сфері трансферу технологій» від 14.09.2006 р. № 143-V. Редакція від 09.12.2015

5. Податковий кодекс України від 02.12.2010, № 2755-VI. Редакція від 10.09.2017

6. Закон України «Про інвестиційну діяльність» від 18.09.1991, N 1560-XII. Редакція від 23.07.2017.

7. *Багиев Г. Л.* Международный маркетинг: Учебник для вузов. 2 издание. переработанное и дополненное. / *Г. Л. Багиев, Н. К. Моисеева, В. И. Черенков* - СПб: Издательский дом "Питер" 2007.

8. *Колосов О. Є.* Детермінації та правовий режим ноу-хау в Україні // Інтелектуальна власність в Україні. 2014. №2. С. 29–36.

9. *Черепанова В. О.* Інноваційні процеси комерціалізації науково-дослідної діяльності підприємств/ В. О. Черепанова, І. С. Локтіонова// Вістник НТУ «ХПІ» «Технічний прогрес і ефективність виробництва». – Харьков: НТУ «ХПІ». – 2013. – вип. 22 (995). – С. 179-182.

10. United States Securities And Exchange Commission. Washington, D.C. 20549. FORM 10-K. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.sec.gov/Archives/edgar/data/21344/000002134416000050/a2015123110-k.htm

**References (transliterated)**

1. *Nauka, tekhnolohiyi ta innovatsiyi*. Derzhstat Ukrayiny. [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu : http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/publnauka_u.htm

2. Knyazyev S. O. Problemy pravovoho vykorystannya «nou-khau» v Ukrayini// *Yurydychnyy zhurnal*. –no 12. – Kiev., 2007. – pp. 85-89.

3. *Tsyvil'ne pravo: pidruchnyk* : u 2 t. / Borysova V. I., L. M. Baranova, M. V. Domashenko ta in.. ; ed. V. I Borysovoyi, I. V. Spasybo-Fatyeyevoyi, V. L. Yarots'koho.-2-he vyd., pererobl. ta dopov. – Kharkov: Pravo, 2014. T. 1. – 656 p

4. *Zakon Ukrayiny «Pro derzhavne rehulyuvannya diyal'nosti u sferi transferu tekhnolohiy»* vid 14.09.2006 r. no 143-V. Redaktsiya vid 09.12.2015

5. *Podatkovyy kodeks Ukrayiny* vid 02.12.2010, no 2755-VI. Redaktsiya vid 10.09.2017

6. *Zakon Ukrayiny «Pro investytsiynu diyal'nist'»* vid 18.09.1991, no 1560-XII. Redaktsiya vid 23.07.2017.

7. Bahyev H. L. *Mezhdunarodniy marketynh: Uchebnyk dlya vuzov*. 2 yzdanye. pererabotannoe y dopolnennoe. / H. L. Bahyev, N. K. Moyseeva, V. Y. Cherenkov - Sankt-Peterburh: Yzdatel'skyy dom "Pyter" 2007.

8. Kolosov O. Ye. Determinatsiyi ta pravovyy rezhym nou-khau v Ukrayini // *Intelektual'na vlasnist' v Ukrayini*. 2014.no2. pp. 29–36.

9. Cherepanova V. O. Innovatsiyni protsesy komertsializatsiyi naukovo-doslidnoyi diyal'nosti pidpryyemstv/ V. O. Cherepanova, I. S. Loktionova// *Vistnyk NTU «KhPI» «Tekhnichnyy prohres i efektyvnist' vyrobnytstva»*. – Kharkov: NTU «KhPI». – 2013. – no. 22 (995). – pp. 179-182.

10. *United States Securities And Exchange Commission*. Washington, D.C. 20549. FORM 10-K. [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu : https://www.sec.gov/Archives/edgar/data/21344/000002134416000050/a2015123110-k.htm

*Надійшла (received) 28.09.2017*

*Бібліографічні описи / Библиографические описания / Bibliographic descriptions*

**Ноу-хау: поняття, методи захисту та роль в управлінні підприємством / Н. С. Свіщова, В. О. Черепанова, О.С. Локтіонова ///** Вісник НТУ “Харківський політехнічний інститут” (економічні науки). – Х.: НТУ „ХПІ”. - 2017. - № 45(1266).- С. 93-96 . Бібліогр. 10 назв. – ISSN 2519-4461.

**Ноу-хау: понятие, методы защиты и роль в управлении предприятием / Н. С. Свищёва, В. А. Черепанова, А.С. Локтионова ///** Вестник НТУ “Харьковский политехнический институт” (экономические науки). – Х.: НТУ „ХПИ”. - 2017. - № 45(1266).- С. 93-96 . Библиогр.: 10 названий. – ISSN 2519-4461.

**Know-how: concept, methods of protection and role in enterprise management / N. S. Svishchova, V. O. Cherepanova, O.C. Loktionova ///** Bulletin of NTU "Kharkiv Polytechnic Institute" (economic sciences). – Kharkiv.: NTU "KhPI". - 2017. - № 45(1266).- P. 93-96 . Bibliogr.: 10 names. – ISSN 2519-4461.

*Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors*

***Свіщова Наталія Сергіївна*** – Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», студент; тел. +380991415067; e-mail: svishchova.natasha@gmail.com.

***Свищёва Наталья Сергеевна*** - Национальный технический университет «Харьковский политехнический институт», студент; тел. +380991415067; e-mail: svishchova.natasha@gmail.com.

***Svishchova Nataliia Sergeevna*** - National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute", student; tel. +380991415067; e-mail: svishchova.natasha@gmail.com.

***Черепанова Вікторія Олександрівна*** – кандидат економічних наук, доцент, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», професор кафедри організації виробництва та управління персоналом.

***Черепанова Виктория Александровна*** - кандидат экономических наук, доцент, Национальный технический университет «Харьковский политехнический институт», профессор кафедры организации производства и управления персоналом.

***Cherepanova Victoria Aleksandrovna*** - Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute", Professor of the Department of Production and Personnel Management.

***Локтіонова Олександра Серафимівна*** - Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», студент; тел.: (050) 908-35-40; e-mail: loksash@gmail.com

***Локтионова Александра Серафимовна*** - Национальный технический университет «Харьковский политехнический институт», студент; тел.: (050) 908-35-40; e-mail: loksash@gmail.com

***Loktionova Oleksandra*** - National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute", student; tel.: (050) 908-35-40; e-mail: loksash@gmail.com

УДК 657.37:640.41

***Н. М. ПОБЕРЕЖНА***

# ФІНАНСОВА ЗВІТНІСТЬ ЯК ВАЖЛИВИЙ ЕЛЕМЕНТ ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯЕФЕКТИВНОГОНАДАННЯ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ

Встановлено, що готельний бізнес в Україні потребує належного рівня інформаційно-облікового забезпечення управління їх розвитком. Проведено порівняння критеріїв розмежування підприємств готельного бізнесу на мікропідприємства, малі підприємства, середні та великі з врахуванням прийнятих законодавчих змін. Відображено методичні засади формування звітної інформації та фінансової звітності в залежності від розміру підприємств готельного бізнесу. Визначено інформаційні потреби користувачів звітності готельних підприємств. Акцентовано увагу на проблематиці підвищення якості облікової та звітної інформації.

**Ключові слова**: готельний бізнес,обліково-аналітичне забезпечення, бухгалтерський облік, фінансова звітність, інформаційні потреби, якість облікової інформації

Установлено, что гостиничный бизнес в Украине требует надлежащего уровня информационно-учетного обеспечения управления его развитием. Проведено сравнение критериев разграничения предприятий гостиничного бизнеса на микропредприятия, малые предприятия, средние и крупные с учетом принятых законодательных изменений. Отражено методические основы формирования отчетной информации и финансовой отчетности в зависимости от размера предприятий гостиничного бизнеса. Определены информационные потребности пользователей отчетности гостиничных предприятий. Акцентировано внимание на проблематике повышения качества учетной и отчетной информации.

**Ключевые слова:**гостиничный бизнес, учетно-аналитическое обеспечение, бухгалтерский учет, финансовая отчетность, информационные потребности, качество учетной информации.

In the article there were given the characteristic of activity of hotel industry enterprises. It was established that the hotel business in Ukraine needs a proper level of information and accounting management for its development. The comparison of criteria for distinguishing hotel business enterprises on micro enterprises, small enterprises, medium and large, was held considering into account the adopted legislative changes. The methodological principles of formation accounting information and financial reporting, depending on the size of the hotel business, were reflected in the article. The information needs of the reporting users of hotel enterprises are determined. The emphasis is on problems of improving the quality of accounting and reporting information. It was determined that the main method of enterprise resource management is the method of analytical estimation and forecasting of results of economic activity of hotel enterprises based on financial analysis. It was determined that accounting system further development should be directed to the formation and substantiation of accounting information of perspective and forecast nature, non-financial information about ecological and social activities of hotel business enterprises, innovations and intellectual capital.

**Keywords:**hotel business, accounting-analytical providing, accounting, financial reporting, information needs, quality of accounting information.

**Вступ.** Сучасне формування ринкових економічних відносин в світі, диверсифікація економіки, інтенсивний розвиток трансферу технологій та інтелектуальних новацій в сфері гостинності, потребує підвищення ефективності діяльності підприємств туристичного і готельного бізнесу України та зростання рівня їх конкурентоспроможності.

За даними Державної служби статистики [1], в Україні найбільша кількість підприємств – колективних засобів розміщення становить в 2012–2013 році, а в же з 2014 року спостерігається як динаміка зменшення їх загальної кількості (табл. 1), так і динаміка зменшення кількості клієнтів, які їх відвідували (табл.2).

Таблиця 1 – Колективні засоби розміщення [1]

| Рік | Кількість колективних засобів розміщування, од | | |
|---|---|---|---|
| | усього | у тому числі | |
| | | готелів та аналогічних засобів розміщування | спеціалізованих засобів розміщування |
| 2011 | 5882 | 3162 | 2720 |
| 2012 | 6041 | 3144 | 2897 |
| 2013 | 6411 | 3582 | 2829 |
| 2014 | 4572 | 2644 | 1928 |
| 2015 | 4341 | 2478 | 1863 |
| 2016 | 4256 | 2534 | 1722 |

В 2016 році кількість туристів – громадян України, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності протягом року, становила понад 2,5 млн осіб, а іноземних туристів – 35 тис. осіб, що більше ніж в 2015 роціна 0,5 млн. та 20 тис. відповідно[1], а обсяги реалізованої продукції та послуг підприємств, що займались розміщенням та харчуванням в 2015 та 2016 роках мають тенденцію до зростання (табл.3).

Таблиця 2 – Кількість розміщених осіб [1]

| Рік | Кількість розміщених, тис. осіб | | |
|---|---|---|---|
| | усього | у тому числі у | |
| | | готелях та аналогічних засобах розміщування | спеціалізованих засобах розміщування |
| 2011 | 5882 | 3162 | 2720 |
| 2012 | 6041 | 3144 | 2897 |
| 2013 | 6411 | 3582 | 2829 |
| 2014 | 4572 | 2644 | 1928 |
| 2015 | 4341 | 2478 | 1863 |
| 2016 | 4256 | 2534 | 1722 |

Проте, незважаючи на зростання туристичних потоків до України в 2016 році, необхідно звернути увагу на зменшення популярності нашої країни як туристичної в порівнянні з періодом 2003–2013 років.

© Н.М. Побережна,2017

Так, за даними Міністерства інфраструктури України, у 2014 році нашу країну відвідали 12,7 млн. іноземних громадян, у 2013 році – 24,6 млн. осіб, а в 2008 році – 25,44 млн. осіб.

Україна сьогодні суттєво програє в конкурентній боротьбі, відстаючи від провідних держав світу за рівнем розвитку туристичної інфраструктури та якості туристичних і готельних послуг, що пояснюється нестабільністю економіко-політичної ситуації в країні.

Таблиця 3 –Обсяги реалізованої продукції (товарів, послуг підприємствами за видами економічної діяльності)[1]

| Рік | Обсяг реалізованої продукції підприємства за видами економічної діяльності, млн. грн. | | |
|---|---|---|---|
| | Всього, підприємства України | Всього підприємства, що зайняті розміщенням та тимчасовим харчуванням | Питома вага реалізованої продукції підприємств розміщення |
| 2011 | 3991239,0 | 12910,7 | 0,32% |
| 2012 | 4203169,6 | 16519,3 | 0,39% |
| 2013 | 4050215,0 | 16726,9 | 0,41% |
| 2014 | 4170659,9 | 13667,2 | 0,34% |
| 2015 | 5159067,1 | 18250,0 | 0,35% |
| 2016 | 6237535,2 | 23083,8 | 0,37% |

Тож готельні підприємства потребують пошуку ефективних управлінських рішень щодо зміцнення своєї фінансової незалежності та забезпечення розвитку в стратегічному періоді.

У такому контексті особливої актуальності набуває питання щодо запровадження належного рівня інформаційно-облікового забезпечення оперативного та стратегічного управління розвитком підприємств готельного бізнесу.

**Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими чи практичними завданням.**На ринку туристичних послуг постійно відбуваються зміни, оскільки готельний бізнес є специфічною сферою діяльності, яка перш за все, залежить від споживачів (туристів та інших рекреантів), враження яких залежать від якості послуг та політико-економічного стану регіону і країни находження.Подальший розвиток ринкових відносин та поглиблення конкурентної боротьби на рику створюють високі вимоги до діяльності підприємств сфери гостинності. В таких умовах зростає потреба в ефективному менеджменті, своєчасному обліку та комплексному аналізі діяльності підприємства, що потребує використання фінансової, управлінської та звітної інформації.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій, у яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спирається автор.**Теоретико-методологічні розробки питань функціонування та розвитку готельного господарства відображені у наукових працях провідних науковців, серед яких необхідно визначитиБайлика С.В. [2] та Писаревського І.М. [2, 3], Давидову О.Ю. та Ладиженську Р.С. [3], Розметову О. Г., Мостенську Т. Л [4] та ін. В працях цих науковців багато уваги приділено становленню готельного бізнесу, нормативно–правовому регулюванню готельної індустрії, питанням класифікації та типізації підприємств, що займаються розміщенням,управлінню якістю продукції та послуг і іншим питання.

Основами обліково-аналітичного забезпечення функціонування та розвитку підприємств готельного господарства займались Король С. Я. [5], Мачинська Ю. А. [6], Оліярник Т. Ю. [7]та ін. В роботах цих авторів розглянуто питання розробки аналітичних форм внутрішньої звітності, питання контролю, аналізу та обліку доходів, витрат та фінансових результатів готельних підприємств, визначено місце та роль бухгалтерської, фінансової та управлінської звітності в обліково-інформаційній системі підприємства.

При всій цінності наукового внеску вчених, як і раніше, залишаються відкритими питання ефективного управління готельним підприємством на базі використання фінансової звітної інформації в системі його обліково-аналітичного забезпечення.

**Мета статті**полягає у виявленні шляхів оприлюднення інформації про надання готельних послуг та визначені роліфінансової звітності в процесах інформування керівників та менеджерів підприємств готельного бізнесу як основи прийняття ефективних управлінських рішень щодо їх функціонування та подальшого розвитку.

**Викладення основного матеріалу дослідження**.

Готельні послуги надаються національними колективними засобами розміщення, до яких відповідно ДСТУ 4268:2003 «Послуги туристичні. Засоби розміщування. Загальні вимоги» відносяться: готелі, мотелі, хостели, кемпінги, агроготелі, інші колективні засоби розміщування та спеціалізовані засоби розміщування (можуть бути безприбутковими, мають єдине керівництво, надають мінімум готельних послуг).

Всі готельні послуги розподіляються на основні (поселення, проживання, обслуговування, харчування та ін.) та додаткові (пропозиції басейну, спортивної зали, конференц-зали, приміщень для ділових зустрічей, прокат автомобілів, послуги хімчистки, пральні, перукарні та ін.).

Незважаючи на те, що в наведеному переліку колективних засобів розміщення ми бачимо саме підприємства, жодних обмежень щодо складу суб'єктів господарювання та організаційно-правової форми їх власників нормативні документи українського законодавства не містять. Тому власником готелю, як і будь-якого підприємства, що відноситься до колективних засобів розміщення може бути як юридична так і фізична особа – підприємець.

В Україні в 2016 році серед 6544 підприємств, які займаються тимчасовим розміщенням та організацією харчування тільки одне підприємство відноситься до групи великих підприємств, 243 од. (або 3,7% всієї сукупності) – до середніх підприємств, 6300 од. (або 96,3% сукупності) відносяться до малих підприємств: із них 5116 од. (або 78,2%) є мікропідприємствами [1].

Зазначимо, що з 01.01.2018 року змінюються критерії віднесення українських підприємств, в тому числі і готельних, до мікропідприємств, малих, середніх та великих підприємств (табл.4). Основними критеріями визначення розміру підприємств готельного бізнесу

стане відповідність щонайменше двом з трьох таких критеріїв як: балансова вартість активів;чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) та середня кількість працівників в рік.

Таблиця 4 – Класифікація готельних підприємств за їх розміром щодо цілей бухгалтерського обліку та складання звітності

| Підприємство | Відповідно Закону України «Про внесення змін до Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» щодо удосконалення деяких положень» від 05.10.2017 року №2164–VIII[8] | | |
|---|---|---|---|
| | Діє з 01.01.2018 року | | |
| | Середня кількість працівників за рік | Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) за рік | Балансова вартість активів |
| Мікро | осіб ≤ 10 | тис. євро ≤ 2 | тис. євро ≤ 350 |
| Мале | 10<осіб ≤ 50 | 0,7 <млн. євро ≤ 8 | 0,35 < млн. євро ≤ 4 |
| Середнє | 50 <осіб ≤ 50 | 8<млн. євро ≤ 40 | 4 <млн. євро ≤ 20 |
| Велике | 250 <осіб | 40 <млн. євро | 20 <млн. євро |

Відповідно до Закону України №996-XIV «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» (прийнятомуВерховною Радою України 16.07.1999р.) готельні підприємства усіх форм власності і розміру (великі, середні, малі та мікропідприємства) ведуть бухгалтерський облік та складають фінансову звітність згідно з національними положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку.

Метою складання та подання такої звітності є забезпечення загальних інформаційних потреб широкого кола користувачів (табл. 5), які потребують інформації про діяльність підприємств готельного бізнесу для прийняття відповідних управлінських рішень.

При цьому, готелі, які відносяться до підприємств великого та середнього бізнесу для узагальнення інформації ведуть облік з використанням Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, зобов’язань і господарських операцій підприємств і організацій (затверджений наказом Міністерства фінансів України від 30.11.1999 р. № 291), а готелі, які відносяться до підприємств малого бізнесу та мікропідприємництва ведуть облік з використанням Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій суб'єктів малого підприємництва (затверджений наказом МФУ від 19.04.2001 № 186).

Підприємства готельного бізнесу самостійно визначають облікову політику, форму бухгалтерського обліку, затверджують правила документообігу і технологію обробки облікової інформації, додаткову систему рахунків і регістрів аналітичного обліку, об'єкти і періодичність проведення інвентаризації активів і зобов'язань.

Для прийняття економічних рішень управлінцями та менеджерами готелів та інших підприємств готельного бізнесу, на підставі узагальнених даних поточного бухгалтерського обліку бухгалтера готельних підприємств складають фінансову звітність – бухгалтерську звітність, що містить інформацію про фінансовий стан, результати діяльності та рух грошових коштів підприємства за звітний період.

Таблиця 5 – Інформаційні потреби користувачів звітності готельних підприємств

| Користувачі звітності | Інформаційні потреби |
|---|---|
| Внутрішні користувачі | |
| Власники (засновники) | Участь у капіталі підприємства готельно бізнесу, збільшення прибутковості та рентабельності готелів, визначення суми дивідендів, що підлягають розподілу |
| Керівництво підприємства | Регулювання діяльності підприємства, оцінка якості управління, формування стратегій функціонування та розвитку |
| Персонал готельного підприємства | Стабільність підприємства, збереження робочих місць, оплата праці, соціальне забезпечення, стимулювання, кар’єра |
| Зовнішні користувачі | |
| *з прямим інтересом* | |
| Інвестори (акціонери) | Придбання, продаж та володіння цінними паперами, інвестиційна привабливість, ринкова вартість готельного бізнесу |
| Туристи та рекреанти | Здатність підприємства своєчасно та якісно надавати готельні послуги, забезпечувати клієнтів необхідними товарами, продукцією. |
| Дебітори | Стабільність готельного підприємства, фінансова стійкість |
| Банки, постачальники, кредитори | Здатність готельного підприємства своєчасно сплачувати рахунки, повертати кредити та проценти за ними,виконувати інші зобов’язання |
| *з непрямим інтересом* | |
| Уряд, органи державного управління | Своєчасність та повнота сплати податків, формування макроекономічних показників та, податкової політики, розробка стратегічних програм розвитку сфери туризму, розподіл ресурсів |
| Громадськість | Вплив діяльності підприємств готельного бізнесу на добробут суспільств: зайнятість в сфері туризму та курортів, екологія, соціальна захищеність працівників та ін. |

Відповідно до НП(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності»,затвердженого наказом Міністерства фінансів України 07.02.13 № 73, до складу форм фінансової звітності великих та середніх підприємств готельного бізнесу включаються:

1) форма № 1 «Баланс (Звіт про фінансовий стан)»;

2) форма № 2 «Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)»;

3) форма № 3 «Звіт про рух грошових коштів (за прямим методом)» або форма № 3 «Звіт про рух грошових коштів (за непрямим методом)»;

4) форма № 4 «Звіт про власний капітал»;

5) форма 5 «Примітки до річної фінансової звітності».

Відповідно до П(С)БО 25 «Фінансовий звіт суб’єкта малого підприємництва», затвердженого наказом Міністерства фінансів України 25.02.00 № 39,до складу форм фінансової звітності готельних підприємств малого

та мікропідприємства відносяться Спрощений фінансовий звіт суб'єкта малого підприємництва:

1) форма № 1-мс «Баланс»;

2) форма № 2-мс «Звіт про фінансові результати»

та Фінансовий звіт суб'єкта малого підприємництва відповідно:

1) форма № 1-м «Баланс»;

2) форма № 2-м «Звіт про фінансові результати».

Показники визначених форм фінансової звітності готелів складають основу інформаційної бази фінансового менеджменту, на основі якої здійснюється аналіз, прогнозування, планування та прийняття оперативних рішень з усіх напрямків діяльності підприємства готельного бізнесу (як основних послуг, так і додаткових).

Ефективність управління діяльністю підприємства готельного бізнесу значною мірою залежить від якості інформаційного забезпечення. Значна кількість сучасних дослідників в сфері обліку та звітності присвячує увагу проблематиці підвищення якості облікової інформації. Проте, сьогодні відсутня однозначність у розумінні сутності даного поняття та сфери його застосування в обліково-аналітичній системі підприємства.За визначеннями науковців головними вимогами до інформаціїє її доступність, зрозумілість, корисність, достовірність, доречність, своєчасність, релевантність та актуальність[9–12].Така інформація є запорукою прийняття оптимальних управлінських, фінансових та організаційних рішень, спрямованих на зменшення витрат фінансових ресурсів, зростання рентабельності та прибутку, збільшення ринкової вартості готельного підприємства та покращення його іміджу.

Важливе значення якість облікової інформації також має і для зовнішніх користувачів звітності з прямим і непрямим фінансовим інтересомдо готельних підприємств (табл.5), оскільки від неї напряму залежить інвестиційна привабливість готелів, зростання їх іміджу, наявність ринкової ніші, зростання попиту та рівень конкурентоспроможності готелів.

В свою чергу, фінансова звітність готельних підприємств має відповідати якісним характеристикам, визначеним НП(С)БО 1 і згрупованим в табл. 6.

Щоб фінансова звітність підприємств готельного бізнесу була зрозумілою користувачам, НП(С)БО1вимагає наявність в ній даних про: готельне підприємство, дату звітності та звітний період, валюту звітності та одиницю її вимірювання, відповідну інформацію за звітний та аналогічний період попереднього року, облікову політику готельного підприємства та її зміни, аналітичну інформацію щодо статей фінансових звітів, консолідацію фінансових звітів, припинення (ліквідацію) окремих видів діяльності, обмеження щодо володіння активами, участь у спільних підприємствах, виявлені помилкиминулих років та пов'язані з ним коригування,, переоцінку статей фінансових звітів та іншу інформацію.

Своєчасність складання та подання фінансової звітності підприємствами готельного бізнесу є невід'ємною умовою її корисності, оскільки найбільш важлива та корисна інформація втрачає своє значення, якщо надана користувачам несвоєчасно. Тому фінансова звітність повинна складатися та подаватися готельними підприємствами відповідним користувачам у строки, встановлені нормативними актами, які забезпечують ефективне її використання для аналізу, контролю та управління.

Таблиця 6 – Якісні характеристики фінансової звітності

| Якісні характеристики | Зміст |
|---|---|
| Дохідливість | Зрозумілість і однозначне тлумачення інформації користувачами за умови, що вони мають достатні знання та зацікавлені у сприйнятті цієї інформації |
| Доречність | Здатність впливати на рішення користувачів вчасно оцінювати минулі, теперішні та майбутні події, підтверджувати і коригувати вартісні оцінки |
| Достовірність | Відсутність помилок і перекручувань, які здатні вплинути на рішення користувачів звітності |
| Порівнянність | Можливість порівняння фінансової звітності одного підприємства за різні періоди, і фінансових звітів різних підприємств за обраний період |

Таким чином, інформація, що подається у фінансовій звітності, хоч і не є вичерпною, але вона є доречною для широкого використання системою управління підприємствами готельного бізнесу.

Головна мета стратегії розвитку підприємств готельного бізнесу – стійке становище на ринку гостинності та туристичних послуг, яке базується на ефективному використанні і розподілі всіх ресурсів готельного підприємства – матеріальних, фінансових, інтелектуальних, трудових, інформаційних та ін.

Основним методом управління ресурсами підприємства є метод аналітичної оцінки і прогнозування на цій основі результатів господарської діяльності готельних підприємств. Необхідною базою проведення фінансового аналізу, оцінки та прогнозування є фінансова звітність готельних підприємств, а основними завданнями стають:

оцінка динаміки складу та структури активів та джерел їх формування;

оцінка ліквідності та платоспроможності готельних підприємств;

аналіз та оцінка оборотності капіталу та його окремих елементів;

аналіз ділової активності та дохідності;

оцінка ефективності використання ресурсів;

комплексна оцінка фінансової стійкості підприємств готельного бізнесу.

**Висновки**. Роль фінансово-економічної інформації, яка відображена в фінансовій звітності підприємств готельного бізнесу, як системи фінансових показників визначається впливом обгрунтування та прийняття рішень її користувачів. Саме фінансова звітність, відображаючи всі суттєві зміни в структурі господарських засобів готельних підприємств і їх джерел, а також результати їх основної та додаткової господарської діяльності, надає в структурованому вигляді значний обсяг інформації необхідної для прийняття рішень зовнішнім та внутрішнім користувачам.

Проте сьогодні з'являється потреба для оприлюднення в звітності інформації перспективного та

прогнозного характеру, нефінансової інформації про екологічну та соціальну діяльність підприємств готельного бізнесу, інновації та інтелектуальний капітал, що вимагає істотних покращень та подальшого розвитку системи бухгалтерської звітності національних підприємств, і втому числі, підприємств готельного бізнесу.

**Список літератури.**


1. Колективні засоби розміщування в Україні у 2016 році [Електронний ресурс] / Державна служба статистики України : [викон. Вержанська В.Л.] – К. : ДП «Інформ-вид. Державної служби України», 2017. – Режим доступу : http://www.ukrstat.gov.ua
2. Організація готельного господарства : підручний / *С.І. Байлик, І.М. Писаревський* ; Харківський нац. ун-т міськ. госп-ва ім. *О.М. Бекетова.* – Харків : ХНУМГ ім. *О.М. Бекетова*, 2015. – 329 с.
3. Управління якістю продукції та послуг у готельно-ресторанному господарстві : навч. посібник / *О.Ю. Давидова, І.М. Писаревський, Р.С. Ладиженська* ; Харківський нац. ун-т міськ. госп-ва. – Харків : ХНУМГ, 2012. – 414 с.
4. Організація готельного господарства : підручник / *О.Г. Разметова, Т.Л. Мостенська, Т.В. Влодарчик.* – Кам'янець-Подільський: «Абетка» – ФОП Сисин О.В., 2014. – 432 с
5. *Кроль С.Я.* Управлінська звітність: сутність і алгоритм формування / *С.Я. Король* // Бізнес Інформ. – Харків :ВД «ІНЖЕК», 2014. – №7 – С. 325–321.
6. *Євдощак, В. І.* Відображення інформації про доходи в облікових регістрах та звітності /*В.І. Євдощак, Ю.А. Маначинська* // Економічний аналіз : зб. наук. праць /Тернопільський нац. екон. ун-т; редкол.: В. А. Дерій (голов. ред.) та ін. –Тернопіль : Видавничополіграфічний центр ТНЕУ «Економічна думка», 2016. – Том 24. – № 2. – С. 147-154.
7. *Швець В.* Інформаційне забезпечення аналізу діяльності готельного бізнесу / В. Щвець, Т. Оліярник // Вісник Львівського ун-ту. Сер. економічна. – 2015. – Львів : ЛНУ ім. Івана Франка. – №52. – С.223-232.
8. Закон України «Про внесення змін до Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» щодо удосконалення деяких положень» [Електронний ресурс] : офіц. текст прийнятий Верх. Радою України № 2164–VIII. – Режим доступу : http:// http://zakon3.rada.gov.ua


**References (transliterated):**


1. Verzhanska V. L. (ed.). *Kolektyvnizasobyrozmishchuvannia v Ukraini u 2016 rotsi* [CollectivemeansofplacinginUkrainein 2016]. Availableat:http://www.ukrstat.gov.ua. (accessed01.10.2017)
2. Bailyk S. I., Pysarevskyi I. M. *Orhanizatsiiahotelnohohospodarstva* [Organizationofhotelindustry]. Kharkov, KHNUMH im. O. M. BeketovaPubl., 2015, 329 p.
3. Davydova O. YU., Pysarevskyi I. M. *Upravlinniayakistiuproduktsiitaposluh u hotelno-restorannomuhospodarstvi* [Managementofthequalityofproductsandservicesinthehotelandrestaurantindustry]. Kharkov, KHNUMHPubl., 2012, 414 p.
4. Razmetova O. H., Mostenska T. L., Vlodarchyk T. V.*Orhanizatsiiahotelnohohospodarstva*[Organizationofhotelindustry]. Kamianets-Podilskyi,"Abetka" – FOP Sysyn O.V.Publ., 2014, 432 p.
5. Krol S. Ya., Upravlinskazvitnist: sutnist i alhorytmformuvannia [Displaysincome information in accounting registers and reporting]. *BiznesInform*. 2014, no. 7, pp. 325–321.
6 Yevdoshchak, V. I., Manachynska Yu. A. Vidobrazhenniainformatsiiprodokhody v oblikovykhrehistrakhtazvitnosti [Management reporting: the essence and algorithm of formation]. *Zb. nauk. Prats TNEU.Ekonomichnyyanaliz* [BulletinoftheTernopilNationalEconomicUniversity]. Ternopil, Vydavnychopolihrafichnyytsentr TNEU "Ekonomichnadumka", 2016, vol. 24, no. 2, pp. 147–154.
7. Shvets V., Oliyarnyk T. Informatsiinezabezpechenniaanalizudiyalnostihotelnohobiznesu [Informationsupport analysis of the hotel business]. *Visnyk LNU im. Ivana Franka* [BulletinoftheLvivNationalIvanFranko University]. Lviv, LNU Publ., 2015, no. 52, pp. 223–232.
8. *ZakonUkrainy "ProvnesenniazmindoZakonuUkrainy "Probukhhalterskyiobliktafinansovuzvitnist v Ukrayini" shchodoudoskonalenniadeyakykhpolozhen"* [LawofUkraine "On Amendments to the Law of Ukraine" On Accounting and Financial Reporting in Ukraine "regarding the improvement of certain provisions"]. Availableat: http://zakon3.rada.gov.ua


*Надійшла (received) 28.09.2017*

*Бібліографічні описи /Библиографическиеописания /Bibliographic descriptions*


**Фінансова звітність як важливий елемент обліково-аналітичного забезпечення ефективного надання готельних послуг / Н. М. Побережна //** Вісник НТУ "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки). – Х.: НТУ „ХПІ". - 2017. - № 45(1266).- С. 97-101 . Бібліогр. 8 назв. – ISSN 2519-4461.

**Финансовая отчетность как важный элемент учетно-аналитического обеспечения эффективного предоставления гостиничных услуг / Н. М. Побережная //** Вестник НТУ "Харьковский политехнический институт" (экономические науки). – Х.: НТУ „ХПИ". - 2017. - № 45(1266).- С. 97-101 . Библиогр.: 8 названий. – ISSN 2519-4461.

**Financial reporting as an important element of accounting–analytical providing of efficient hotel service provision / N. M. Poberezhna //** Bulletin of NTU "Kharkiv Polytechnic Institute" (economic sciences). – Kharkiv.: NTU "KhPI". - 2017. - № 45(1266).- P. 97-101 . Bibliogr.: 8 names. – ISSN 2519-4461.


*Відомості про авторів /Сведения об авторах /AbouttheAuthors*


**Побережна Наталія Миколаївна** – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економічного аналізу та обліку Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут», 61002, м. Харків, вул. Кирпичова, 2, e-mail:poberezhna.nn@gmail.com. Контактний телефон автора: (050) 400–14–88

**ПобрежнаяНаталияНиколаевна**- кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедрыэкономическогоанализа и учетаНациональноготехническогоуниверситета «Харьковскийполитехническийинститут», 61002, г.Харьков, ул. Кирпичева, 2, e-mail: poberezhna.nn@gmail.com. Контактный телефон автора: (050) 400–14–88

**Poberezhna NataliiaNikolaevna** – Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Economic Analysis and Accounting, National Technical University «Kharkiv Polytechnic Institute», 61002, Kharkiv, st.Kirpichova, 2, e-mail: poberezhna.nn@gmail.com. Contact phone number: (050) 400–14–88

УДК 330.341.1

***К.О. ТИМОФЄЄВА***

# АНАЛІЗ ПРОБЛЕМ ІННОВАЦІЙНОЇ АКТИВНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

Досліджено стан та тенденції розвитку інноваційної діяльності промислових підприємств України. Виявлено чинники та перешкоди, які гальмують активізацію інноваційної діяльності підприємств промислового комплексу та сформовані можливі шляхи їх подолання. Звернута увага на недостатню державну та регіональну підтримку розробкам і впровадженню інноваційних проектів. Визначено заходи щодо активізації інноваційної діяльності промислових підприємств України

**Ключові слова:** інноваційна діяльність, інноваційна активність, промисловий комплекс, держава та регіональна підтримка, інноваційний потенціал, інноваційний кластер.

В статье проанализирована инновационная активность промышленных предприятий Украины, проанализированы проблемы, которые тормозят внедрение инноваций в промышленность, а также намечены потенциально возможные пути по активизации инновационной деятельности

**Ключевые слова:** инновационная деятельность, инновационная активность, инновационный кластер, промышленный комплекс, государственная поддержка

In the article have been dynamics of innovative activity of industrial enterprises of Ukraine is considered. Factors that inhibit the activation of innovation activity are identified. Attention is focused on insufficient state support for the development and implementation of innovative projects. Measures to enhance the innovation activity of industrial enterprises are determined.

**Keywords:** innovation, innovative activity of industrial enterprises, state support of innovative projects, innovative potential, state policy.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій**. Питаннями оцінки сучасного стану інноваційної активності України та її підприємств розглядаються багатьма вітчизняними вченими, серед яких: О.І. Амоша, Л. Антонюк, В.М. Геєць, Р.В. Грінченко, В.В. Дорофієнко, В.О. Зайцева, Г.Г. Півняк, В.П. Семиноженко, Н. Сисоліною, О. Собко, В.П. Соловйов, Л.І. Федулова, А. Чухна, О.М. Шашенко, Т. Шпильовою, О.І. Яшкіна та інші., однак ці питання інноваційної активності промислових підприємств динамічно розвиваються, тому потребують регулярного аналізу для виявлення основних тенденцій.

**Постановка завдання.** Метою статті є дослідження стану інноваційної активності промислових підприємств України та визначення основних проблем активізації інноваційної діяльності промислових підприємств регіонів України.

**Виклад основного матеріалу дослідження**. Можливість переходу національної економіки до інноваційної моделі розвитку залежать від наявного у країні інноваційного потенціалу, зокрема: обсягів фінансування наукової і науково-технічної діяльності, рівня інноваційної активності промислових підприємств, динаміки виробництва інноваційної продукції та наявності платоспроможного попиту на неї, тощо.

Тому інтеграція України в світовий економічний простір можлива тільки за умови технологічного оновлення виробництв, яка обумовлена умовами швидко мінливого середовища.

З самого початку становлення України, як незалежної держави велика увага приділялась наявності корисних копалин в її надрах та зручному географічному положенню. Але історично склалося так, що вектор розвитку світової економіки надають ні ті країни, які володіють ресурсами, а ті які володіють інтелектуальним та технологічним капіталом [1] та вміло використовують його у промисловості.

В Україні так і залишається основна проблема підвищення ефективності використання наукових розробок та впровадження результатів прикладних та фундаментальних досліджень у виробництво. При цьому в країні має реалізовуватися державна стратегія «Стратегія інноваційного розвитку Україні на 2010 – 2020 роки в умовахглобалізаційних викликів» [2], яка спрямована на підвищення попиту на інноваційну продукцію. Результатом реалізації цієї стратегії повинні стати закріплення в Україні інноваційної моделі її економічного і соціального розвитку, підвищення ефективності використання інтелектуального потенціалу країни, всіх її людських і природних ресурсів, забезпечення підвищення конкурентоспроможності національної економіки, досягнення стабільне постійного розвитку і підвищення добробуту громадян. Реалізація стратегії повинна створити можливості для успішного просування України до економік європейських країн.

Основним положенням стратегії інноваційного розвитку країни повинно бути активація інноваційного потенціалу, активація інноваційної активності і інноваційної сприйнятливості промислових підприємств. Проте питання розвитку підприємств, що залучують інновації вирішуються не достатньо ефективно, оскільки більшість підприємств не мають чіткій інноваційній стратегії розвитку. [1]. При цьому інновації мають бути не самоціллю, а інструментом стимулювання зростання та розвитку економіки країни, при цьому велику увагу потрібно приділяти вичерпанню сировинних ресурсів.

Відзначимо, що здатність суб’єктів господарювання до інноваційної діяльності

© К.О. Тимофєєва, 2017

передбачає перш за все використання інноваційного потенціалу, тобто використання сукупності різних видів ресурсів, включаючи матеріальні, фінансові, інтелектуальні, інформаційні та інші ресурси, необхідні для здійснення інноваційної діяльності.

За даними Державної служби статистики України інноваційною діяльністю у промисловості займалися 834 підприємств або 18,9% обстежених промислових підприємств України про що свідчать статистичні дані за 2007-2016 рр. (таблиця 1.1)[3 ].

Таблиця 1 – Основні показники інноваційної діяльності промислових підприємств України в 2010-2016 рр.[3-9]

| Показник | Роки | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
| Кількість інноваційна активних промислових підприємств, одиниць | 1679 | 1758 | 1715 | 1609 | 824 | 834 |
| Питома вага інноваційно активних промислових підприємств, загальної кількості промислових підприємств України, % | 16,2 | 17,4 | 16,8 | 16,1 | 17,3 | 18,9 |
| Темпи зростання рівня інноваційної активності промислових підприємств | 1,173 | 1,074 | 0,966 | 0,958 | 1,075 | 1,092 |

Як видно з таблиці 1.1 за останні роки спостерігається зростання питомої ваги інноваційно активних промислових підприємств України, але це обумовлено зменшенням кількості обстежених промислових підприємств. Дані Державної служби статистики України свідчать, що за останні роки впровадження інновацій на промислових підприємствах відбувається дуже повільно.

Адже велика кількість експертів вважає, що головною причиною гальмування впровадження інновації на підприємствах України є дефіцит фінансових ресурсів. На промислових підприємствах існують декілька фінансових джерел для розвитку інноваційної діяльності, а саме: прибуток підприємства, акціонерний та статутний капітал, страхові відшкодування, добровільні внески, амортизаційні фонди, безоплатні інвестиції, цільові надходження. Огляд статистичних даних щодо джерел фінансування інноваційної діяльності показав, роль держави у фінансуванні інновацій не значна, частка обсягу витрат на наукові дослідження та розробки з державного бюджету у 2015 році становила лише 0,41% ВВП [3] та майже увесь фінансовий тягар лягає на суб’єктів підприємницької діяльності, що є природним гальмом в підвищенні інноваційної активності підприємств. Підприємство вимушене брати на себе всі ризики пов'язані з впровадженням інновацій. Проте, держава задекларувала можливі шляхи підтримки інноваційної діяльності у Законі України «Про інноваційну діяльність»:

· бути надана шляхом повного або часткового (до 50%) безвідсоткового кредитування пріоритетних інноваційних проектів;

· повної чи часткової компенсації відсотків, сплачуваних підприємствами, які займаються інноваційною діяльністю комерційним банкам та іншим фінансово-кредитним установам за кредитування інноваційних проектів,

· надання державних гарантій комерційним банкам, що здійснюють кредитування пріоритетних інноваційних проектів;

· за рахунок майнового страхування реалізації інноваційних проектів [10].

Щодо результатів аналізу обсягів реалізованої інноваційної продукції в Україні також спостерігається негативна тенденція, а саме обсяг реалізованої інноваційної продукції у 2014 році становив 2,5 % до загального обсягу реалізованої промислової продукції, а у 2015 році лише 1,4%. []

Таблиця 2 – Динаміка зміни обсягів реалізованої продукції та обсягів фінансування інноваційної діяльності по роках [3-9]

| Показник | Роки | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 |
| Обсяги реалізованої інноваційної продукції в Україні, тис. грн.. | 33697574,4 | 42386722,5 | 36157725,6 | 35862740,0 | 25669001,9 | 23950092,9 |
| Обсяги реалізованої інноваційної продукції у % до загального обсягу реалізованої промислової продукції | 3,8 | 3,8 | 3,3 | 3,3 | 2,5 | 1,4 |

Закінчення табл. 2

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Загальний обсяг витрат на інноваційну діяльність, тис. грн. | 8045495,2 | 14333891,9 | 11480562,8 | 9562626,0 | 7695892,3 | 13813674,4 |
| Надходження від інноваційної діяльності, тис. грн. | 25652079,2 | 28052831 | 24677163 | 26300114 | 17973110 | 10136419 |
| Індекс рентабельності інноваційної продукції | 3,19 | 1,96 | 2,15 | 2,75 | 2,34 | 0,73 |

Головною метою будь-якої економічної діяльності є прибуток. Тому оцінити економічну ефективність та економічну доцільність інноваційної діяльності можна шляхом співвідношення обсягу реалізованої інноваційної продукції до відповідної суми витрат на інноваційну діяльність, що дозволить розрахувати рентабельність інноваційної діяльності промислових підприємств. Інноваційна діяльність можна вважати ефективною, якщо індекс рентабельності більший за 1.

Великою проблемою в Україні залишається фізичне та моральне старіння обладнання на промислових підприємствах внаслідок зниження витрат на його оновлення. Інноваційна активність підприємств знижується під впливом низької платоспроможності учасників ринку, та зниження в наслідок цього попиту на наукомістку продукцію. В даних умовах підприємства в першу чергу знижують обсяги виробництва наукоємної продукції на користь більш технічно простої та дешевої продукції.

З метою підвищення якісних і кількісних характеристик інноваційної діяльності промислових підприємств реального сектора економіки України необхідно забезпечити істотне поліпшення техніко-економічного стану промислових підприємств; кардинальна зміна підходів до визначення пріоритетів наукових досліджень; упровадити сучасні механізми фінансування досліджень.

Україна фактично маючи величезний виробничий і кадровий потенціал поступово переходить на ринок втор сировини і заготовок, для розвиненіших країн.

Необхідно констатувати наявність ще однієї дуже серйозної проблеми в інноваційному розвитку України, а саме стабільне послаблення наукового потенціалу в Україні, як в кількісному, так і в якісному плані.

В Україні в останні роки спостерігається тенденція зменшення кількості організацій, які здійснюють науково – технічну діяльність, яка наглядно проілюстрована на рисунку 1.

Рис. 1 – Динаміка зміни кількості організацій та , що здійснюють наукову та науково – технічну діяльність, одиниць.

При цьому є проблема пов'язана з віком науковців а саме велика група дослідників має вік від 50 років і вище, але за останні роки спостерігається тенденція омолодження дослідницького потенціалу України [3-9].

Відзначимо, що трансформаційний характер української економіки впливає на діяльність промислових підприємств, в тому числі на їх інноваційну активність. За останні роки в Україні відбуваються зміни таких макроекономічних факторів як інституціональні зміни в економіці, змінюється нормативно – правова база, відбуваються зміни у соціально – культурній сфері, у тому числі різкі демографічні зміни у суспільстві.

Не можна оставити поза увагою наслідки політичних змін України у 2014 року та проведення антитерористичної операції, а саме:

· порушення каналів виробничої комунікації між регіонами України (поставок і збуту сировини та матеріалів);

· скорочення паливо – енергетичних можливостей, що призвело до зростання імпорту енергоносіїв та їх здороження;

· зростання частки тіньового бізнесу та корупції;

· зниження реальних доходів українців (проілюстровано в таблиці 3), що супроводжується зниження покупної та платоспроможності громадян, тощо.

Таблиця 3 – Динаміка темпів зміни номінальної та реальної заробітної плати в Україні по роках

| Показник | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Номінальна заробітна плата, % до попереднього року | 117,5 | 117,7 | 114,8 | 107,9 | 106,0 | 120,5 |
| Реальна заробітна плата, % до попередньо року | 110,2 | 108,7 | 114,4 | 108,2 | 93,5 | 79,8 |

Дані за 2010-2014 роки наведено без урахування тимчасово окупованої території АР Крим та м. Севастополя, починаючи з 2015 рік – також без частини зони проведення антитерористичної операції.

Але необхідно ураховувати девальвацію національної валюти, майже у 3 рази з 2013 року, що суттєво вплинуло на знецінення доходів та накопичення громадян, а також на рівень довіри владі та привабливість України для ведення бізнесу та потенційних інвесторів.

Якщо розглядати країни технологічні лідери [11], то всі вони мають високий рівень оплата праці.

Відомо, що впровадження автоматизованих процесів на виробництві замість живої праці економічно доцільно у разі великої вартості робочої сили, саме тому вони вимушені активно залучати інноваційні техніку та технології для заміни живого труда з метою скорочення витрат на оплату праці. Тому низький рівень оплати праці в Україні природним чином обмежує впровадження нововведень у промисловості.

Несприятливі умови господарської діяльності поглиблюються кризовим становищем в політичній та економічній сферах, але для підприємств це можливість переосмислити та переоцінити власні можливості та сконцентрувати ресурси для найбільш комерційно привабливих проектів спрямованих на зниження витрат та підвищення ефективності бізнесу за допомогою активізації власного інноваційного потенціалу.

Для цього на рівні держави потрібно створювати умови для зниження, або усунення гальмуючих чинників інноваційної активності та підтримувати та розвивати стимулюючи чинники. Зроблений аналіз вказують на необхідність формування на державному рівні дієвої інноваційної політики, спрямованої на активізацію інноваційних процесів та реалізацію інноваційного потенціалу економіки, що позитивно вплине на ефективність інноваційної діяльності промислового комплексу України. Тому державі необхідно вести цілеспрямовану політику по створенню сприятливих умов для реалізації потенціалу промислового комплексу, а отже, створювати умови для ефективного сприйняття ними інновацій. До таких умов можна віднести:

· розробка механізмів державної підтримки перспективних галузей, у якій чітко будуть погоджені темпи розвитку науки, технологій та виробництва;

· вдосконалений механізм захисту прав інтелектуальної власності та спрощено процедуру патентного захисту інновацій;

· створення умов для формування сприятливого клімату для розвитку власних наукомістких виробництв повного циклу шляхом використання різних форм державної підтримки, які задекларовані у Законі України «Про інноваційну діяльність»;

· розробити диференційоване оподаткування та пільги для активації та стимулювання наукових досліджень та впровадження їх результатів у промисловість;

· розвитку інноваційних кластерів на регіональному рівні має супроводжуватися створенням спеціалізованих фондів та стимулювати зміцнення зв'язків між наукою та виробництвом, між державою та приватним сектором в інноваційній сфері, має сприяти поширенню інноваційних продуктів нематеріального.

**Висновки.** За результатами проведеного дослідження можна зробити наступні висновки:

– динаміка кількості підприємств, що впроваджували інновації, та їх питома вага у загальній кількості промислових підприємств свідчить про негативні тенденції у інноваційній діяльності, які підтверджуються статистичними даними. Низький рівень інноваційної активності не створює умов для формування конкурентних переваг промисловості;

– оцінка фінансових результатів інноваційної діяльності промислового комплексу України дає можливість стверджувати про наявність залежності інноваційної діяльності від економічної ситуації у світі та державі;

– недостатній обсяг фінансування інноваційної діяльності стримує інноваційний розвиток промислових підприємств. Основним джерелом фінансування розробок та впровадження інновацій на вітчизняних підприємствах промисловості залишаються власні ресурси, обсяг фінансування за рахунок державних коштів та іноземних інвестицій є вкрай низьким;

– інноваційні проекти мають тривалий термін розробки та окупності інновацій, та супроводжуються високими ризиками, тому потребують державної підтримки.

**Список літератури**


1. *Денисенко М. П., Воронкова Т.Є., Ладика С.В.* Проблеми формуванні національної інноваційної системи України // Актуальні проблеми економіки. – 2008.–№4 (82). –С. 73-81
2. Стратегія інноваційного розвитку України на 2010–2020 роки в умовах глобалізаційних викликів Документ розроблено на виконання Постанови Верховної Ради України від 17 лютого 2009 р. № 965–*VI*
3. Наукова та інноваційна діяльність в Україні у 2010 році. Статистичний збірник / [Відпов. за випуск І. В. Калачова]. – К. : ДП «Інформаційно-видавничий центр Держстату України», 2011. – 282 с.
4. Наукова та інноваційна діяльність в Україні у 2011 році. Статистичний збірник / [Відпов. за випуск І. В. Калачова]. – К. : ДП «Інформаційно-видавничий центр Держстату України», 2012. – 305 с.
5. Наукова та інноваційна діяльність в Україні у 2012 році. Статистичний збірник / [Відпов. за випуск І. В. Калачова]. – К. : ДП «Інформаційно-видавничий центр Держстату України», 2013. – 288 с.
6. Наукова та інноваційна діяльність в Україні у 2013 році. Статистичний збірник / [Відпов. за випуск О. О. Кармазіна]. – К. : ДП «Інформаційно-видавничий центр Держстату України», 2014. – 314 с.
7. Наукова та інноваційна діяльність в Україні у 2014 році. Статистичний збірник / [Відпов. за випуск О. О. Кармазіна]. – К. : ДП «Інформаційно-видавничий центр Держстату України», 2015. – 255 с.
8. Наукова та інноваційна діяльність в Україні у 2015 році. Статистичний збірник / [Відпов. за випуск О. О. Кармазіна]. – К. : ДП «Інформаційно-видавничий центр Держстату України», 2016. – 257 с.
9. Наукова та інноваційна діяльність в Україні у 2016 році. Статистичний збірник / [Відпов. за випуск О. О. Кармазіна]. – К. : ДП «Інформаційно-видавничий центр Держстату України», 2017. – 141 с.
10. , ст.17 Закон України «Про інноваційну діяльність» : за станом на 4 лип. 2002 р. / Верховна Рада України. — Офіц. вид. [Електронний ресурс]. – Режим доступу:. http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/40-15
11. Джерело: The Global Competitiveness Report 2015-2016. Електронний ресурс. - Режим доступу:http://www3.weforum.org/docs/gcr/2015-2016/Global_Competitiveness_Report_2015-2016.pdf
12. *Дюжев В.Г.* Оптимизация взаимоотношений государства, региона и предприятия в условиях целевой кредитно–субвенциональной формы государственной поддержки технологий нетрадиционной возобновляемой энергетики//

Формування ринкових відносин в Україні. – 2012. -- №4. – С. 158-161.
13. *С. В. Сусликов, А. В. Сусликов, В.О. Колчина* Сутність і структура інноваційного потенціалу організації// Вісник національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут». Технічний прогрес і ефективність виробництва. – 2015.– № 25 (1134). – С. 134-139.

**References (transliterated)**

1. Denisenko M.P., Voronkova T.Ye., Ladika S.V. *Problems of formation of the national innovation system of Ukraine* // Current problems of the economy. - 2008.-№4 (82). -WITH. 73-81
2. Strategy of innovative development of Ukraine for 2010-2020 in the context of globalization challenges The document was developed in compliance with the Resolution of the Verkhovna Rada of Ukraine dated February 17, 2009 No. 965-VI
3. Scientific and innovation activity in Ukraine in 2010. Statistical Compilation / [Answer for the issue of IV Kalachev]. - K.: State Enterprise "Information and Publishing Center of the State Statistics Service of Ukraine", 2011 - 282 pp.
4. Scientific and innovation activity in Ukraine in 2011. Statistical Compilation / [Answer for the issue of IV Kalachev]. - K .: State Enterprise "Information and Publishing Center of the State Statistics Committee of Ukraine", 2012 - 305 pp.
5. Scientific and innovation activity in Ukraine in 2012. Statistical Compilation / [Answer for the issue of IV Kalachev]. - K.: State Enterprise "Information and Publishing Center of the State Statistics Service of Ukraine", 2013 - 288 pp.
6. Scientific and innovation activity in Ukraine in 2013. Statistical Compilation / [Answer for the release of O. Karmazin]. - K.: State Enterprise "Information and Publishing Center of the State Statistics Committee of Ukraine", 2014 - 314 pp.
7. Scientific and innovation activity in Ukraine in 2014. Statistical Compilation / [Answer for the release of O. Karmazin]. - K.: State Enterprise "Information and Publishing Center of the State Statistics Service of Ukraine", 2015 - 255 p.
8. Scientific and innovation activity in Ukraine in 2015. Statistical Compilation / [Answer for the release of O. Karmazin]. - K.: State Enterprise "Information and Publishing Center of the State Statistics Committee of Ukraine", 2016 - 257 pp.
9. Scientific and innovative activity in Ukraine in 2016. Statistical Compilation / [Answer for the release of O. Karmazin]. - K.: State Enterprise "Information and Publishing Center of State Statistics Committee of Ukraine", 2017. - 141 p.
10. Article 17 of the Law of Ukraine "On Innovation Activity": as of July 4. 2002 / The Verkhovna Rada of Ukraine. - Officer kind. [Electronic resource]. - Access mode:. http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/40-15
11. Source: The Global Competitiveness Report 2015-2016. Electronic resource. - Access Mode: http: //www3.weforum.org/docs/gcr/2015-2016/Global_Competitiveness_Report_2015-2016.pdf
12. Dyuzhev VG *Optimization of relations between the state, region and enterprise in the conditions of the targeted credit-subjective form of state support of technologies of non-traditional renewable energy* / Formation of market relations in Ukraine. - 2012. - No. 4. - P. 158-161.
13. SV Suslikov, AV Suslikov, VO Kolchina *The essence and structure of the innovative potential of the organization* // Bulletin of the National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute". Technical progress and production efficiency. - 2015.- No. 25 (1134). - P. 134-139.

*Надійшла (received) 28.09.2017*

*Бібліографічні описи /Библиографическиеописания /Bibliographicdescriptions*

**Аналіз проблем інноваційної активності промислових підприємств / К. О. Тимофєєва //** Вісник НТУ “Харківський політехнічний інститут” (економічні науки). – Х.: НТУ „ХПІ”. - 2017. - № 45(1266).- С. 102-106 . Бібліогр. 13 назв. – ISSN 2519-4461.

**Анализ проблем инновационной активности промышленных предприятий / Е. А. Тимофеева //** Вестник НТУ “Харьковский политехнический институт” (экономические науки). – Х.: НТУ „ХПИ”. - 2017. - № 45(1266).- С. 102-106 . Библиогр.: 13 названий. – ISSN 2519-4461.

**Analysis of modern problems of innovative activity of industrial enterprises / K.A. Timofeeva //** Bulletin of NTU "Kharkiv Polytechnic Institute" (economic sciences). – Kharkiv.: NTU "KhPI". - 2017. - № 45(1266).- P. 102-106 . Bibliogr.: 13 names. – ISSN 2519-4461.

*Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors*

***Тимофєєва Катерина Олександрівна*** – кандидат економічних наук, доцент каф. НТУ «ХПІ», м. Харків.

***Тимофеева Екатерина Александровна*** - кандидат экономических наук, доцент каф. НТУ «ХПИ», г. Харьков

***Timofeeva Katerina Alexandrovna*** - Candidate of Economic Sciences (PhD), Docent, National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute", Kharkov

УДК 65.012.25

***О. В. СИРОМ'ЯТНИКОВА***

# ЕФЕКТИВНІСТЬ БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ В СУЧАСНИХ УМОВАХ РОЗВИТКУ УКРАЇНИ

Ефективна діяльність суб'єктів господарювання в довгостроковій і середньостроковій перспективі визначається рівнем їх інвестиційної активності. Інвестиції стають підґрунтям для прискорення науково-технічного прогресу, здійснення політики розширеного відтворення, стимулювання розвитку галузей національної економіки, вирішення соціальних і екологічних проблем та ін. Визначено, що одним з найбільш ефективних інструментів управління інвестиційною діяльністю є бізнес-планування, яке потребує комплексного підходу до оцінки його ефективності.

**Ключові слова:** бізнес-план, бізнес-планування, ефективність, інвестиційний проект, оцінка ефективності інвестиційного проекту.

Эффективная деятельность субъектов хозяйствования в долгосрочной и среднесрочной перспективе определяется уровнем их инвестиционной активности. Инвестиции становятся основой для ускорения научно-технического прогресса, осуществления политики расширенного воспроизводства, стимулирования развития отраслей национальной экономики, решения социальных и экологических проблем и др. Определено, что одним из наиболее эффективных инструментов управления инвестиционной деятельностью является бизнес-планирование, которое требует комплексного подхода к оценке его эффективности.

**Ключевые слова:** бизнес-план, бизнес-планирование, эффективность, инвестиционный проект, оценка эффективности инвестиционного проекта.

The effective activity of business entities in the long-term and medium-term perspective is determined by the level of their investment activity. Investments become the basis for accelerating scientific and technical progress, implementing the policy of expanded reproduction, stimulating the development of national economic sectors, solving social and environmental problems, etc. Business planning of an investment project is necessary for successful investment attraction and is one of the most effective instruments for managing investment activity . When drawing up a business plan for economic entities of each specific industry, it is necessary to approach individually. This will determine the formulation of the purpose of developing a business plan, the characteristics of its structure, the composition, number and content of sections. Only simultaneous use of static, dynamic and alternative methods for evaluating the effectiveness of investment projects will allow to obtain a reliable estimate of investment business planning and to fully assess the factors influencing the investment project and the effect of its implementation. The shortcomings of the existing methods indicate the need for their adaptation to the conditions of economic management of the national economy.

**Key words:** business plan, business planning, efficiency, investment project, evaluation of the effectiveness of the investment project.

**Вступ.** У сучасних умовах господарювання інвестиції виступають запорукою технічного прогресу, структурного зрушення в усіх галузях національної економіки, підвищення якісних показників функціонування та розвитку суб'єктів господарювання та, як наслідок, забезпечують умови для запобігання кризовим явищам або виходу з економічної кризи.

Відмінною рисою підприємництва в сучасних умовах є поступовий перехід від нецивілізованих форм ведення бізнесу до міжнародних з використанням методів і засобів бізнес-планування. Зважаючи на загострення конкурентної боротьби в бізнесі, бізнес-планування інвестиційних проектів виступає важливим елементом розвитку підприємницької діяльності. Розробка і реалізація бізнес-плану у світовій практиці виступає основою не тільки для оцінки перспективності новостворюваних суб'єктів господарювання, а й для вже діючих у вигляді проектів по впровадженню інноваційних технологій, продуктів, послуг і видів робіт, які підвищують ефективність господарської діяльності.

**Постановка проблеми.** Актуальність дослідження інвестиційних процесів в економіці зумовлена тим, що саме інвестування є ключовим елементом ефективного функціонування суб'єктів господарювання та економічного зростання держави. Так, обсяг капітальних інвестицій за січень–вересень 2017 р. збільшився на 26,9 % (за аналогічний період 2016 р. – на 16,4 %) і склав 259,55 млрд грн. В той же час, обсяг іноземних капітальних інвестицій в Україну у січні-вересні 2017 р. склав 4,79 млрд. грн., що в 1,3 рази менше, ніж за аналогічний період 2016 р. [1]. Проблемою залишається і те, що головним джерелом фінансування капітальних інвестицій є власні кошти підприємств – 72,7%. Низький рівень зовнішніх інвестицій, в т.ч і іноземних, зумовлений не тільки проблемами забезпечення сприятливого інвестиційного клімату, а і тим, що недостатньо уваги приділяється бізнес-плануванню інвестиційних проектів та методам оцінки їх економічної ефективності, адаптованим до умов національної економіки.

Ефективне здійснення інвестиційної діяльності вимагає глибоких знань теорії і практичних навичок прийняття обґрунтованих управлінських рішень в області бізнес-планування, яке повинно враховувати як інтереси інвесторів, так і інтереси господарюючих суб'єктів. Так, потребує обґрунтування інвестиційна стратегія, вибір її ефективних напрямків, програма реального інвестування і формування збалансованого портфеля фінансових інвестицій [2].

Необхідно детально розглянути всі аспекти інвестиційного проекту (реконструкції, розширення або нового будівництва чи виробництва), вивчити наслідки можливих запланованих напрямків маркетингу, функціональних стратегій, а також визначити в яких обсягах будуть необхідні ресурси – людські, природні та фінансові.

Однак, для багатьох підприємств національної економіки різних за видами економічної діяльності реалізація такого комплексу в умовах необмежених потреб і обмежених ресурсів виступає складною проблемою. Тому необхідна комплексна оцінка

© О. В. Сиром'ятникова, 2017

ефективності бізнес-планів інвестиційних проектів з використанням різних підходів, які передбачають визначення переваг і недоліків проекту за їх сукупністю.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питання проблематики бізнес-планування інвестиційних проектів з урахуванням економічної ситуації розглядали у наукових працях такі вчені: І. Бланк, О. Губанова, Л. Новик, С. Покропивний та ін. Питання, пов'язані з оцінкою ефективності інвестиційних проектів, висвітлюється у працях вітчизняних і зарубіжних вчених-економістів: Г. Бірмана, В. Бочарова, П. Віленського, В. Гриньової, А. Маршалла, В. Шеремета та багатьох інших [2–4].

Узагальнюючи дослідження вчених, можна зробити висновок, що, незважаючи на проведені дослідження з інвестиційної тематики, проблеми щодо оцінки ефективності залишаються через постійні зміни умов інвестування. Цей факт підтверджує необхідність подальших наукових досліджень ефективності бізнес-планування інвестиційних проектів та їх оцінки з метою залучення реальних капіталовкладень, які стануть запорукою модернізації української економіки.

Також, слід зазначити, що у проведених дослідженнях питань бізнес-планування найчастіше переважає загальний підхід до складання бізнес-плану, але для кожної конкретної галузі необхідно підходити індивідуально, що визначить формулювання мети розробки бізнес-плану, характеристику його структури, складу, кількості і змісту розділів. Внаслідок цього визначення ефективності бізнес-планування інвестиційного проекту на підприємствах різних видів економічної діяльності здійснюється непослідовно і недостатньо повно, тобто відсутній комплексний підхід до вирішення даної проблеми. Також слід зазначити, що всі ці проблемні моменти повинні підлягати ретельній адаптації до стану української економіки.

**Постановка завдання.** Метою дослідження є обгрунтування необхідності використання комплексного підходу до оцінки ефективності бізнес-планування інвестиційних проектів на основі показників, адаптованих до національної економіки.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** В країнах з розвинутою економікою усі інвестиційні проекти описуються за допомогою бізнес-плану. Незважаючи на складність та невизначеність українського бізнес-середовища, підприємці часто нехтують використанням такого важливого інструменту, що найчастіше пов’язано з відсутністю необхідних знань щодо його складання.

Бізнес-план передбачає рішення стратегічних і тактичних задач, що стоять перед суб’єктом господарювання, незалежно від виду його економічної діяльності та виступає не тільки як об'єктивна оцінка його підприємницької діяльності, а і як необхідний інструмент проектно-інвестиційних рішень відповідно до потреб ринку. Бізнес-план включає основні аспекти діяльності господарюючого суб’єкта, результати детального аналізу економічних і організаційних питань, оцінку ризиків, аналізуються проблеми, з якими вірогідно зіткнутися під час реалізації проекту, і визначаються способи їх вирішення. Таким чином, бізнес-план включає результати пошукової, науково-дослідницької і проектної роботи, на підставі якої партнери, інвестори або кредитори надають інвестиції.

Розробка бізнес-плану потребує врахування інтересів всіх зацікавлених сторін [5]:

– замовника бізнес-плану, який інвестує власний капітал або використовує для цього позиковий;

– державних органів, які відповідно до загальної концепції розвитку визначають потреби та пріоритети в реалізації будівельних проектів, формують проектні завдання, розглядають подані заявки та оформляють пакет документів, планують надходження податків в бюджет та ведуть нагляд за реалізацією проекту;

– підрядних фірм, які проводять деталізацію концепції бізнес-плану, технічні розробки, проектування, складання кошторисної документації, нагляд за будівництвом, монтажем обладнання, запуском технологічного процесу і т.і., здачу об'єкта замовнику;

– споживача, що використовує кінцевий продукт.

Повний бізнес-план інвестиційного проекту також повинен містити для потенційного партнера або інвестора результати маркетингових досліджень, обгрунтування стратегії входження на ринок та передбачувані фінансові результати.

На відміну від бізнес-плану інвестиційного проекту, бізнес-план суб’єкта господарювання містить докладну інформацію про перспективи розвитку на майбутній період для власників (ради директорів або зборів акціонерів) із зазначенням бюджету і основних показників господарської діяльності для обгрунтування розміру інвестицій або інших ресурсів.

Основні прийняті в світі методики написання бізнес-планів розроблені під егідою UNIDO (United Nations Industrial Development Organization), згідно з якими бізнес-план повинен складатися з розділів, наведених в табл. 1. Іноземні інвестори вимагають здійснювати розрахунки саме за їх методикою.

Також свої методики та стандарти бізнес-планування мають такі організації як ЄБРР, СБРР, TACIS [6]. За своїм складом найбільш вичерпним в інвестиційних колах вважається зміст бізнес-плану, який розроблений українською інвестиційно-проектною компанією BFM Group Ukraine. Міністерство економіки України в 2006 р. затвердило методичні рекомендації з розроблення бізнес-плану підприємств [8].

На основі бізнес-планів інвестиційних проектів проводиться оцінка їх економічної ефективності, яка має вирішальне значення і стає підґрунтям прийняття рішень інвестиційного характеру. На ефективність інвестиційної діяльності впливають не тільки фактори зовнішнього середовища, а і фактор часу. Економічна ефективність проекту визначається низкою показників ефективності, що запропоновані в існуючих зарубіжних і вітчизняних методичних рекомендаціях з оцінки ефективності інвестиційних проектів.

Таблиця 1 – Стандарти бізнес-планування UNIDO для інвестиційних проектів

| Назва розділу | Зміст розділу |
|---|---|
| 1. Резюме | Загальна інформація про бізнес-план: суть проекту, обсяги інвестицій, обсяги власних коштів, терміни реалізації і фінансові показники проекту |
| 2. Опис галузі та компанії | Загальна інформація про компанію, показники діяльності, кадровий потенціал, структура управління, вироблені товари та послуги, партнерські зв'язки, характеристика галузі та роль компанії в галузі. |
| 3. Опис послуг (товарів) | По кожному виду вироблених товарів і послуг, визначених бізнес-планом, повинна бути представлена інформація: найменування продукції, опис зовнішнього вигляду, призначення та сфера застосування, основні характеристики, конкурентоспроможність, патентоспроможність та авторські права, наявність або необхідність ліцензування, ступінь готовності до випуску і реалізації продукції, наявність сертифікату якості, безпека і екологічність, умови постачання та упаковка, гарантії і сервіс, вимоги до умов експлуатації продукції, способи утилізації. |
| 4. Продаж та маркетинг | Результати проведення маркетингових досліджень, опис ринку та перспективи його розвитку, опис конкурентів, принципи формування ціни на вироблену продукцію, систему розподілу та просування. |
| 5. План виробництва | Розрахунок постійних і змінних витрат в залежності від обсягів виробництва, розрахунок собівартості продукції та відомості про виробничі можливості підприємства. |
| 6. Організаційний план | Опис організаційної структури підприємства та етапів реалізації проекту, менеджменту і складу технічного персоналу, способів мотивації працівників. |
| 7. Фінансовий план | Основні фінансові розрахунки, калькуляція собівартості та кошторис витрат на проект, опис джерел фінансових коштів, таблиця витрат і доходів, рух готівки. Структура вказаної частини повинна включати: витрати підготовчого періоду, витрати основного періоду, розрахунок надходжень, витрати, пов'язані з обслуговуванням кредитів, податкові платежі, інші надходження та виплати, звіт про прибутки і збитки, грошові потоки, прогнозний баланс. |
| 8. Оцінка ефективності проекту | Оцінка значимості проекту, його ефективність і спрямованість. Аналіз чутливості підприємства до зовнішніх чинників. |
| 9. Гарантії та ризики компанії | Опис можливих ризиків та гарантії окупності проекту. |
| 10. Додатки | Повна інформація про компанію (реєстраційні документи та інше); фотографії, креслення, патентна інформація про продукцію; результати маркетингових досліджень; схеми підприємства та його організаційної структури; фінансово-економічні розрахунки (таблиці, графіки); нормативні документи та законодавчі акти, що підтверджують описані ризики за проектом |

Кінцевим результатом інвестиційного бізнес-планування є очікуваний економічний ефект, який визначає в загальному вигляді ступінь досягнення планових показників, соціально-економічних чи інших цілей. До переходу економіки на сучасні ринкові відносини для оцінки ефективності інвестиційних проектів використовувалися методи абсолютної і порівняльної економічної ефективності капітальних вкладень, використання яких останнім часом було б некоректним, бо не враховувалися досить вагомі фактори – альтернативні витрати (в той же час амортизація розглядалася як елемент витрат, в результаті чого ефективність інвестиційних рішень занижували); при розрахунках показників ефективності не враховувалась інфляція.

Показники ефективності інвестицій за видом узагальнюючого показника, який виступає в якості критерію економічної ефективності інвестицій, можуть бути абсолютними, відносними та тимчасовими; за методом зіставлення різночасових грошових витрат і результатів – статичними та динамічними. Статичні методи розглядають грошові потоки, що виникають в різні періоди як рівнозначні, не враховуючи фактор часу, тому при бізнес-плануванні їх використання є недоречним.

На відміну від статичних методів в динамічних грошові потоки приводяться до порівняних величин за допомогою дисконтування. Найбільшу складність при використанні даних методів складає визначення ставки дисконту та прогнозування грошових потоків.

В умовах ринкових відносин найбільшу популярність і визнання отримали підходи до аналізу ефективності інвестиційних проектів, розроблені двома міжнародними організаціями: Всесвітнім банком (World Bank) та UNIDO (підрозділ ООН з промислового розвитку).

Однак в зарубіжних розробках не враховуються особливості національної економіки такі як:

– досить високий рівень інфляції, темпи змін якої часто не збігаються з динамікою валютних курсів;

– відмінність інфляції по видам продукції і ресурсів з темпами зростання цін на них;

– високий рівень ризику, пов'язаний з реалізацією інвестиційних проектів;

– можливість одночасного використання в проекті кількох валют ;

– невизначеність вихідної інформації для достовірної оцінки інвестиційних проектів.

На сьогодні в Україні діють декілька нормативних документів у сфері оцінки економічної ефективності інвестицій [7–10]

Оцінка економічної ефективності інвестиційного проекту згідно встановленого порядку [7] проводиться за такими критеріями: чиста приведена вартість; внутрішня норма прибутковості; дисконтований період окупності; індекс прибутковості. При цьому, позитивний експертний висновок надається тоді, коли: чиста

приведена вартість позитивна; внутрішня норма прибутковості більша за нормативну ставку дисконту, а індекс прибутковості перевищує 1.

Методичні підходи щодо прогнозування грошових потоків від діяльності підприємства та визначення показників економічної ефективності інвестицій, які наведені в Методичних рекомендаціях з розроблення бізнес-плану підприємств [8], в цілому мають багато спільного з Методичними рекомендаціями з розроблення інвестиційного проекту [9], але є більш докладними. Вони містять врахування ризиків при оцінці економічної ефективності інвестицій, які визначають підвищенням ставки дисконтування на премію за ризик.

В світовій практиці розроблений цілий перелік нових показників для оцінки ефективності інвестиційних проектів, які відносять до альтернативних методів. Ці методи з'явилися внаслідок глобалізації економіки; зміни умов господарювання, зростання ролі інтелектуального капіталу і цінності партнерських відносин, а також повсюдного переходу на міжнародні стандарти фінансової звітності [4].

У табл. 2 представлені основні методи і показники оцінки ефективності бізнес-планів інвестиційних проектів в економіці.

Таблиця 2 – Основні методи та показники оцінки ефективності бізнес-планів інвестиційних проектів

| Назва показника | Визначення показника |
|---|---|
| Статичні методи в оцінці ефективності інвестиційних проектів | |
| Термін окупності (PP – Payback Period) | Термін, за який інвестор зможе повернути вкладений в інвестиційний проект капітал |
| Коефіцієнт ефективності інвестицій (ARR – Accounting Rate of Return) | В умовах планової економіки порівнювався з нормативним коефіцієнтом капітальних вкладень, в ринкових умовах –з процентною ставкою за довгостроковий банківський кредит |
| Динамічні методи в оцінці ефективності інвестиційних проектів | |
| Чиста приведена вартість (NPV – Net Present Value) | Різниця (сальдо) між інвестиційними витратами й майбутніми надходженнями, приведеними в еквівалентні умови |
| Внутрішня норма прибутковості (IRR – Internal Rate of Return) | Максимально допустимий відносний рівень витрат за цим проектом |
| Індекс рентабельності (прибутковості) (PI – Profitability Index) | Показує ефективність використання капіталу в інвестиційному проекті або бізнес плані |
| Модифікована внутрішня норма прибутковості (MIRR – Modified Internal Rate Of Return) | Скоригована з урахуванням норми реінвестиції внутрішня норма прибутковості |
| Дисконтований індекс прибутковості (DPI – Discounted Profitability Index) | За рахунок дисконтування інвестиційних витрат протягом усього терміну реалізації проекту, враховує не тільки одноразові вкладення в першому періоді часу |
| Дисконтований період окупності (DPP – Discounted Payback Period) | Відображає період, через який окупляться початкові інвестиційні витрати |
| Альтернативні методи в оцінці ефективності інвестиційних проектів | |
| Стратегічна чиста приведена вартість (SNPV – Strategic Net Present Value) | Сукупність двох компонент: чистої приведеної вартості та сукупної премії реальних опціонів |
| Скоригована приведена вартість (APV – Adjusted PresentValue) | Сума теперішньої вартості майбутніх та додаткових грошових потоків у вигляді економії на податкових платежах |
| Економічна додана вартість (EVA – Economic ValueAdded) | Відображає величину доданої вартості до ринкової вартості підприємства і оцінку ефективності діяльності підприємства |
| Грошова додана вартість (CVA – Cash Value Added, RCF – Residual Cash Flow) | Різниця між розрахунковою і балансовою вартістю акціонерного капіталу |
| Ринкова додана вартість (MVA – Market Value Added) | Різниця між ринковою оцінкою капіталу та початково інвестованим в компанію капіталом |
| Рентабельність інвестицій по грошовому потоку (CFROI – Cash Flow Return on Investment) | Відношення скоригованого на інфляцію грошового потоку від операційної діяльності до скоригованого на інфляцію розміру інвестицій |
| Грошова рентабельність інвестованого капіталу (CROCI – Cash Return on Capital Investe) | Вимірює грошовий прибуток компанії як частину фінансування, необхідного для їх створення |
| Реальний опціон (ROV – Real option) | Контракт, який дає право купити чи продати базовий актив у вигляді реального проекту за заздалегідь встановленою ціною протягом деякого наперед встановленого проміжку часу. |

**Висновки з проведеного дослідження.** Під час проведення дослідження було встановлено, що тільки одночасне використання при оцінці ефективності інвестиційних проектів статичних, динамічних і альтернативних методів дасть можливість отримати достовірну оцінку інвестиційного бізнес-планування та найбільш повно оцінити фактори, що впливають на інвестиційний проект і ефект від його реалізації.

Таким чином, застосування бізнес-планування інвестиційних проектів та вищеозначених методів з комплексом оціночних показників може стати запорукою підвищення ефективності управління інвестиційною діяльністю підприємства та підвищення інвестиційної привабливості, але досліджені методи потребують адаптації до умов української економіки, що потребує подальших досліджень, і в перспективі дасть

змогу вибрати для реалізації ефективніший інвестиційний проект.

**Список літератури.**


1. Офіційний сайт Державної служби статистики України. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://ukrstat.gov.ua/
2. *Новик Л.И.* Эффективность бизнес-планирования инвестиционных проектов на предприятиях гостиничного хозяйства / *Л.И. Новик* // Экономика Крыма. – 2011. – № 2. – С. 201–204.
3. *Бланк І.О.* Інвестиційний менеджмент: підручник / *І.О. Бланк.* – К. : Лібра, 2006. – 552 с.
4. *Губанова Е.В.* Развитие методов оценки эффективности бизнес-планов инвестиционных проектов / *Е.В.Губанова* // Вестник Калужского университета. – 2013. – № 3–4. – С. 30–37.
5. *Корнунова Е.М.* Бизнес-план инвестиционного проекта: учеб. пособие / *Е.М. Корнунова, Н.А. Малинина, К.В. Малинина*, СПб гос. архит.-строит. ун-т. – СПб., 2011. – 135 с.
6. *Мамчин Р.О.* Теоретичні засади бізнес-планування в торговельному підприємстві / *Р.О. Мамчин, Н.Г. Міценко* // Вісник Національного університету "Львівська політехніка". – 2011. – № 720 : Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. – С. 203–210.
7. Порядок та критерії оцінки економічної ефективності проектних (інвестиційних) пропозицій та інвестиційних проектів, затверджений постановою Кабінету Міністрів України від 18.07.12р. № 684. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/en/684-2012-%D0%BF
8. Методичні рекомендації з розроблення бізнес-плану підприємств, затверджені наказом Міністерства економіки України від 06.09.2006 № 290. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.me.gov.ua.
9. Методика проведення державної експертизи інвестиційних проектів, затверджена наказом Міністерства економічного розвитку і торгівлі України від 13.03.2013 № 243. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.me.gov.ua.
10. Методика визначення економічної ефективності витрат на наукові дослідження і розробки та їх впровадження у виробництво, затверджена Наказом Міністерство економіки та з питань європейської інтеграції та Міністерства фінансів України від 26.09.2001 № 218/446. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.me.gov.ua.


**References (transliterated).**


1 Ofitsiynyy sayt Derzhavnoyi sluzhby statystyky Ukrayiny. – [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu : http://ukrstat.gov.ua/
2. Novik L.I. *Effektivnost' biznes-planirovaniya investitsionnykh proektov na predpriyatiyakh gostinichnogo khozyaystva* / L.I. Novik // Ekonomika Kryma. – 2011. – № 2. – P. 201–204.
3. Blank I.O. *Investytsiynyy menedzhment*: pidruchnyk / I.O. Blank. – Kyyiv: Libra, 2006. – 552 p.
4. Gubanova E.V. *Razvitie metodov ocenki jeffektivnosti biznes-planov investicionnyh proektov* / E.V.Gubanova // Vestnik Kaluzhskogo universiteta. – 2013. – No 3–4. – P. 30–37.
5. Korshunova E.M. *Biznes-plan investicionnogo proekta:* ucheb. posobie / E.M. Korshunova, N.A. Malinina, K.V. Malinina, SPb gos. arhit.-stroit. un-t. – Sankt-Peterburg, 2011. – 135 p.
6. Mamchyn R.O. *Teoretychni zasady biznes-planuvannya v torhovel'nomu pidpryyemstvi* / R.O. Mamchyn, N.H. Mitsenko // Visnyk Natsional'noho universytetu "L'vivs'ka politekhnika". – 2011. – No. 720 : Menedzhment ta pidpryyemnytstvo v Ukrayini: etapy stanovlennya i problemy rozvytku. – P. 203–210.
7. Poryadok ta kryteriyi otsinky ekonomichnoyi efektyvnosti proektnykh (investytsiynykh) propozytsiy ta investytsiynykh proektiv, zatverdzhenyy postanovoyu Kabinetu Ministriv Ukrayiny vid 18.07.12r. No. 684. – [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/en/684-2012-%D0%BF
8. Metodychni rekomendatsiyi z rozroblennya biznes-planu pidpryyemstv, zatverdzheni nakazom Ministerstva ekonomiky Ukrayiny vid 06.09.2006 No. 290. – [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu : http://www.me.gov.ua.
9. Metodyka provedennya derzhavnoyi ekspertyzy investytsiynykh proektiv, zatverdzhena nakazom Ministerstva ekonomichnoho rozvytku i torhivli Ukrayiny vid 13.03.2013 No. 243. – [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu : http://www.me.gov.ua.
10. Metodyka vyznachennya ekonomichnoyi efektyvnosti vytrat na naukovi doslidzhennya i rozrobky ta yikh vprovadzhennya u vyrobnytstvo, zatverdzhena Nakazom Ministerstvo ekonomiky ta z pytan' yevropeys'koyi intehratsiyi ta Ministerstva finansiv Ukrayiny vid 26.09.2001 No. 218/446. – [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu : http://www.me.gov.ua.


*Надійшла (received) 28.09.2017*

*Бібліографічні описи / Библиографические описания / Bibliographic descriptions*


**Ефективність бізнес-планування інвестиційних проектів в сучасних умовах розвитку України / О. В. Сиром'ятникова** // Вісник НТУ "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки). – Х.: НТУ „ХПІ". - 2017. - № 45(1266).- С. 107-111 . Бібліогр. 10 назв. – ISSN 2519-4461.

**Эффективность бизнес-планирование инвестиционных проектов в современных условиях развития Украины / О. В. Сыромятникова** // Вестник НТУ "Харьковский политехнический институт" (экономические науки). – Х.: НТУ „ХПИ". - 2017. - № 45(1266).- С. 107-111 . Библиогр.: 10 названий. – ISSN 2519-4461.

**Efficiency business planning of investment projects in modern terms of development of ukraine / O. V. Syromiatnykova** // Bulletin of NTU "Kharkiv Polytechnic Institute" (economic sciences). – Kharkiv.: NTU "KhPI". - 2017. - № 45(1266).- P. 107-111 . Bibliogr.: 10 names. – ISSN 2519-4461.


*Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors*


***Сиром'ятникова Оксана Валеріївна –*** Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», старший викладач кафедри економічного аналізу та обліку; тел.: (050) 902–50–34; e–mail: sova3009@gmail.com

***Сыромятникова Оксана Валериевна*** – Национальный технический университет «Харьковский политехнический институт», старший преподаватель кафедры экономического анализа и учета тел.: (050) 902–50–34; e–mail: sova3009@gmail.com

***Syromiatnykova Oksana Valeriivna –*** National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute", Senior Lecturer of the Department of Economic Analysis and Accounting; tel.: (050) 902–50–34; e–mail: sova3009@gmail.com.

УДК 330.47:330.322

***Д. Ю. КРАМСЬКОЙ***

# СУЧАСНІ МЕТОДИКИ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПРОЕКТУВАННЯ ТА ЗАСТОСУВАННЯ ПРОГРАМНИХ ПРОДУКТІВ З ПОЗИЦІЇ МЕТОДИКИ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ ОЦІНКИ ПРОЕКТУ

Узагальнено теоретичні положення та практичний досвід проектного аналізу. Проведений аналіз наявних методик розробки інвестиційних проектів і визначено придатність існуючих методик інвестиційного проектування до сучасних умов української економіки. Зроблено оцінку сучасних програмних продуктів які є допоміжним інструментом при розробці інвестиційних проектів. Аналіз методик розробки інвестиційних проектів показав те, що кожна з методик відображає суть тієї чи іншої економічної системи.

**Ключові слова:** інвестиційна діяльність, інвестиційний проект, ефективність, програмний продукт, методика, економічна оцінка.

Обобщены теоретические положения и практический опыт проектного анализа. Проведен анализ имеющихся методик разработки инвестиционных проектов и определена пригодность существующих методик инвестиционного проектирования в современных условиях украинской экономики. Произведена оценка современных программных продуктов, которые являются вспомогательным инструментом при разработке инвестиционных проектов. Анализ методик разработки инвестиционных проектов показал, что каждая из методик отражает суть той или иной экономической системы.

Ключевые слова: инвестиционная деятельность, инвестиционный проект, эффективность, программный продукт, методика, экономическая оценка.

The theoretical positions and practical experience of project analysis are generalized. The analysis of available methods of development of investment projects is carried out and the suitability of existing investment design methods is determined in the modern conditions of the Ukrainian economy. The evaluation of modern software products is made, which is an auxiliary tool in the development of investment projects.

The general shortcomings of software products for the evaluation of investment projects are as follows: all systems have a limited ability to take into account the impact of specific risks; all these products are computational models, not offering any optimization algorithm; The products examined do not have either visual or analytical means of comparing different projects; packages do not "distinguish" users, giving the same set of benchmarks for the investor, recipient or other participant in the project; all considered systems are "static", because they consider predetermined investment costs, implementation program, etc. in contrast to the "dynamic" systems, assuming automatic correction of indicators depending on the values of the indicators in the previous steps. Analysis of methods for developing investment projects showed that each of the techniques reflects the essence of a particular economic system.

**Keywords:** investment activity, investment project, efficiency, software product, methodology, economic evaluation.

**Постановка проблеми.** Високий рівень конкуренції на ринках капіталів обумовлює необхідність жорсткого відбору інвестиційних проектів з метою найбільш ефективного використання фінансових ресурсів, отже потенційному реципієнту необхідно докласти максимум зусиль до обґрунтування привабливості проекту для інвестора. Для досягнення цієї мети слід використовувати відповідний інструментарій проектного аналізу. Потреба України в зовнішніх та внутрішніх інвестиціях викликає необхідність підвищення конкурентоспроможності інвестиційних проектів українських підприємств шляхом підвищення їхньої якості. Розробка інвестиційного проекту є досить витратним та трудомістким етапом інвестиційного циклу й складає 5-10% вартості інвестиційного проекту. Враховуючи критичний фінансовий стан багатьох українських підприємств, безповоротні витрати на передінвестиційні розробки бажано скоротити, не зашкодивши при цьому якості таких розробок. Таким чином, існуючи умови вимагають одночасного виконання різноспрямованих завдань: підвищити якість інвестиційних проектів та максимально скоротити витрати на інвестиційні дослідження

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблеми оцінки, розробки й аналізу інвестиційних проектів завжди знаходилися в центрі уваги таких науковців, як У. Шарп, Г. Бірман, С. Шмідт, М. Бромвич, Р. Брейлі, С. Майерс, Л. Гітман, М. Джонк, С. Росс, Л. Беренс, М. Поукока та ін.

Практичний аналіз ефективності інвестиційних проектів докладно представлений у роботах І. Бланка, В. Величка, В. Воропаєва, К.Воронова, П.Віленського, В. Глазунова, І.Журавльова, Л.Кудіна, П. Ковалишена, В. Коссова, В. Лівшиця, І. Ліпсиця, Л. Лисяка, Д.Львова, О. Малишева, В. Москвіна, А.Пересади, О.Плотнікова, О.Пономаренка, С.Прилипки, І.Мазур, П.Савчука, О.Степанова, О.Шкіля, В. Шапіро, С. Шуміліна, В.Чиркова, М. Чумаченка та ін.

Дослідження цих авторів дійсно спрямовані на створення системи розробки та оцінки інвестиційних проектів в умовах економіки перехідного періоду. Але тільки деякі з цих робіт враховані при розробці офіційних методик, решта ж знайшли відтворення лише в наукових публікаціях авторів.

**Мета дослідження.** Метою дослідження є аналіз наявних методик розробки інвестиційних проектів, визначення придатність існуючих методик інвестиційного проектування до сучасних умов української економіки та аналіз сучасних програмних продуктів які є допоміжним інструментом при розробці інвестиційних проектів в Україні.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** За останні два десятиріччя значення суспільних інвестиційних проектів для планів економічного розвитку в країнах, що розвиваються, а також потреба міжнародних кредитних органів в систематичному фінансовому та економічному

© Д.Ю. Крамської 2017

аналізі інвестиційних проектів, викликали широке застосування та інтерес до проектного аналізу. В результаті зусиль вчених та організацій (таких, як Світовий Банк, Європейський банк реконструкції та розвитку, ОЕСР, Міжамериканський Банк Розвитку, Азіатський Банк Розвитку, Організація Об'єднаних Націй з промислового розвитку UNIDO та інших) з'явилась методологія проектного аналізу, яка має тісний зв'язок з методологією «вигоди-витрати», що була розроблена для розвитку водних ресурсів у розвинутих країнах.

Ця методологія проектного аналізу має відмінності для розвинутих країн та для країн, що розвиваються. У методології для країн, що розвиваються, увага акцентується на оцінці в тіньових цінах факторів виробництва, що мають вирішальне значення (таких, як праця та іноземна валюта), а також на розподіленні доходів за впливом на економічне зростання. Навпаки, в капіталістичних країнах більше уваги приділяється оцінці зовнішніх технологічних ефектів та цілей регіонального розвитку.

В умовах ринкової економіки в основу визначення ефективності інвестиційних проектів покладені зовсім інші критерії та методи, ніж в умовах планової економіки. У розвинутих країнах з ринковою економікою розроблений та широко застосовується арсенал методів оцінки ефективності інвестиційних проектів. Ці методи засновані переважно на порівнянні ефективності (прибутковості) інвестицій у різні проекти. При цьому в якості альтернативи інвестування коштів у виробництво, що розглядається, виступають інвестиції в інші виробничі об'єкти (для стратегічних інвесторів) або фінансові вкладення -банківський депозит, придбання цінних паперів та інше (для портфельних інвесторів).

Західні методики пов'язані з методами оцінки, порівняння та вибору проектів, що забезпечують максимальні доходи за найменшими витратами та рівнем ризику.

Основні показники західних методик, що визначають ефективність інвестиційних проектів, це: період окупності, чистий дисконтований доход, чиста теперішня вартість, індекс прибутковості, внутрішня норма рентабельності.

Одним з найважливіших методів, що застосовується у західній методиці оцінки інвестиційних проектів, є дисконтування. Основу методу дисконтування складає зміна вартості грошей в часі. Це означає, що гроші, отримані раніше, мають більшу цінність, ніж гроші, отримані пізніше. З позиції інвестора сума, яку він отримає колись у майбутньому, має тим меншу вартість, чим довше її треба очікувати, так як тим більше складе сума не отриманих в період очікування доходів, які інвестор міг би отримати при альтернативному використанні капіталу. Тому ставка дисконту, яка застосовується у західній практиці, пов'язана саме з альтернативною прибутковістю капіталу інвестора. Для всіх проектів як ставку дисконту можливо використовувати існуючу відсоткову ставку по довгострокових банківських кредитах.

Західні методики розглядають проблеми оцінки інвестиційних проектів у двох ситуаціях: в умовах визначеності та в умовах невизначеності. В умовах визначеності альтернативні варіанти інвестування оцінюються з урахуванням різної вартості грошей в часі, внутрішньої норми прибутковості, життєвого циклу інвестиційних проектів та періоду їхньої окупності.

В умовах невизначеності та підвищеного ризику західна методологія передбачає додаткову оцінку проектів з урахуванням інфляції, зміни в технології, змін у вартості капіталу.

Таким чином, основними рисами моделей, створених за умов ринкової економіки, є наступні:

- моделі оцінки ефективності інвестицій значною мірою уніфіковані;
- деякі з методологій (наприклад, методології UNIDO, Світового банку) набули статусу загальноприйнятих світових стандартів проектного аналізу;
- більшість з основних методик забезпечена програмними пакетами для розробки та аналізу інвестиційних проектів (програмні пакети в більшості використовують методологію UNIDO);
- західна методологія не пропонує специфічні галузеві методики оцінки інвестиційних проектів;
- усі західні школи чітко розмежовують методи фінансової та економічної оцінки ефективності інвестицій;
- в усіх моделях, створених за умов ринкової економіки, ставка дисконту залежить від вартості капіталу;
- велика увага приділяється проблемам не тільки мікроекономічних, але й макроекономічних наслідків проекту (екологія, соціальні ефекти від здійснення інвестицій, вторинні мультиплікативні ефекти), особливо в проектах державного рівня;
- прогнозна ефективність інвестицій оцінюється з урахуванням ринкових чинників, конкурентної позиції фірми, фактору ризику;

оцінка інвестицій заснована на порівнянні ефективності (прибутковості) інвестицій у різні проекти; в якості альтернативи виступають інвестиції в інші виробничі об'єкти або фінансові вкладення (банківський депозит, придбання цінних паперів та інше);

- основні показники західних методик, що визначають ефективність інвестиційних проектів, це: період окупності, чистий дисконтований доход, чиста теперішня вартість, індекс прибутковості, внутрішня норма рентабельності;
- деякі західні школи розглядають проблеми оцінки інвестиційних проектів у двох ситуаціях: в умовах визначеності та в умовах невизначеності;
- для урахування фактору ризику використовуються наступні методи: метод еквівалента впевненості, аналіз чуттєвості, урахування показника інфляції в оцінці інвестицій, спрощений метод дисконтування. [2]

Сучасні офіційні методики проектного аналізу в Україні та інших країнах, що входили до складу

СРСР, здебільшого базуються на західних методиках, придатних для застосування за умов розвинутої ринкової економіки (частіше за все, на методиці UNIDO). Поширеним явищем є компіляція методик з декількох зарубіжних джерел без адаптації до умов перехідної економіки. В Україні офіційно затверджені наступні методики:

- «Методика складання бізнес-планів», затверджена наказом Агентства з питань запобігання банкрутству підприємств та організацій;
- «Положення про типовий бізнес-план», затверджене Фондом державного майна України.
- Методичні рекомендації з підготовки інвестиційних проектів, до реалізації яких запрошуються іноземні інвестори (розроблені Міністерством Економіки України у 1994 р.).

«Методика складання бізнес-планів» розроблена відповідно до Положення про Реєстр неплатоспроможних підприємств та організацій, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 25 листопада 1996 р. N 1403, для надання методичної допомоги спеціалістам підприємств, Агентства, інших органів виконавчої влади, банків та інвесторів при складанні бізнес-планів, а також для їх оцінки з метою вибору найбільш ефективного бізнес-плану в процесі проведення реструктуризації підприємств. Особливістю даної Методики є те, що вона містить рекомендації для підприємств, які здійснюють реструктуризацію і планують подальший випуск як традиційних, так і нових для даного підприємства видів продукції з урахуванням організаційних змін існуючих структурних підрозділів.

Методика дає можливість визначити перспективи розвитку майбутнього ринку збуту, оцінити витрати на виготовлення і реалізацію потрібної цьому ринку продукції, визначити її потенційну прибутковість, дати відповідь: чи доцільно здійснювати інвестування виробництва з точки зору самоокупності витрат. Методика не пропонує конкретних методів розрахунку економічної ефективності, оцінки ризиків, показників фінансового стану підприємств. Крім того, Методика розрахована на реструктуризацію діючих підприємств і не адаптована до умов створення нового бізнесу.

«Положення про типовий бізнес-план» розроблене відповідно до Державної програми приватизації й визначає порядок розробки покупцями бізнес-планів та вимоги до них при приватизації майна державних підприємств. Основним призначенням бізнес-плану, розробленого за цією методикою, є відображення зобов'язань покупців щодо подальшої експлуатації об'єкта приватизації та обґрунтування дотримання інтересів підприємства, що є об'єктом приватизації, оскільки в багатьох випадках приватизоване підприємство належить до стратегічних.

Згідно цієї методики, основну увагу необхідно приділити збереженню та збільшенню робочих місць, модернізації обладнання. Фінансовий аналіз представлено лише формами балансового звіту та звіту про прибутки й збитки. Методика є досить специфічною, оскільки призначена лише для розробки проектів створення спільних підприємств на базі державних підприємств. [1]

Аналізуючи роботи сучасних вітчизняних авторів, що приділяють увагу тематиці інвестиційного проектування нами було виявлено декілька ключових аспектів.

Під керівництвом Д.С. Львова була сформована наукова школа методів оцінки соціально – економічної ефективності інвестиційних проектів та економічних механізмів їхньої реалізації. На основі теорії економічних вимірювань та нормативів ефективності капітальних вкладень були розроблені державні нормативно-правові документи з обґрунтування економічної ефективності нової техніки та капітальних вкладень в економіку. Важливим напрямком досліджень Д.С. Львова є роботи з обґрунтування системи методів та інституціональних форм управління перехідною економікою з урахуванням особливостей структури відтворення народного господарства.

В. Москвін звертає увагу на типові помилки при розробці інвестиційних проекту за західними зразками, наголошуючи на необхідності врахування розбіжностей компонентів ділового середовища (законодавство, система стандартизації, нормативно-методичне забезпечення внутрішньої діяльності підприємств, звичаї та правила поведінки у ділових колах), об’єктивної оцінки попиту на продукцію за проектом, ґрунтовного аналізу ємності ринку та конкурентоспроможності. Поширеними складностями при розробці проектів за західними зразками автор вважає відсутність розуміння інтересів інвестора, розбіжність в уявленнях про якість продукції в колишньому СРСР та на заході, відсутність у українських підприємців навичок управління собівартістю. Оцінку інвестиційного клімату автор пропонує виконувати не для всієї країни, а безпосередньо для кожного проекту у конкретному регіоні.

Л.І. Кудіна працює в напрямку оцінки ефективності інвестиційних проектів в умовах перехідного періоду, порівняльного аналізу оцінки проектів в умовах ринкової та планової економіки за критеріями розміру необхідних інвестицій, ступеню ризику, рівня дефіциту матеріальних та фінансових ресурсів, прибутковості фінансування, терміну окупності інвестованого капіталу, відповідності міжнародним стандартам екології та якості.

І.Б. Журавльов та О.І. Степанов пропонують систему багатостороннього аналізу та оцінки проекту на передпроектній стадії. Автори вважають, що всі стадії інвестиційного циклу - розробка проекту, його реалізація та завершення - використовують одну й ту саму інформаційну базу, побудовану на даних про фінансові потоки. В поняття єдиної інформаційної бази даних, призначеної для оцінки та управління інвестиційним проектами, автори включають такі показники, як чиста теперішня вартість, термін окупності, внутрішня норма прибутку, індекс прибутковості, коефіцієнт чистого дисконтованого

доходу. Авторами розроблена функціональна модель IDEF0, яка дозволяє описати модель управління підприємством або проектом, включаючи процес бізнес-планування.

П.Л. Віленський є автором розробок, присвячених методикам оцінки інвестиційних проектів в умовах відхилення параметрів економічного середовища від умов розвинутого ринку, тобто в умовах «недосконалого ринку» Зокрема, значна частина розробок присвячена врахуванню інфляції, участі в проекті декількох валют. Автор також приділяє увагу факторам ризику в інвестиційних проектах, вводить поняття ризику першого типу (можливість отримання від проекту результатів, нижчих від запланованих) та ризику другого типу (можливість коливань фактичних доходів відносно запланованих при збереженні їхніх середніх значень). Також автор пропонує нові ідеї для оцінки проектів за участю іноземних інвесторів

В.Н. Лівшиц присвятив значну частину своїх розробок аналізу типових помилок експертів під час оцінки інвестиційних проектів. Крім такої розповсюдженої помилки, як неповнота та недостовірність інформації, що використовується для розробки інвестиційних проектів, аналітики часто припускаються помилок при розрахунках та інтерпретації показників фінансової оцінки проектів. Значну увагу автор приділяє методиці вибору норми дисконту у зв'язку з характером системи цін, оцінці проектів за показниками індексу прибутковості та чистого дисконтованого доходу.

К.І. Воронов виявляє ряд факторів, через які неможливо застосовувати західну методику в чистому вигляді для оцінки інвестиційних проектів. Це загальна нестабільність та непередбачуваність розвитку подій, недосконалість законодавства та високі темпи інфляції. У зв’язку з цим автор пропонує деякі рекомендації, що дозволяють врахувати особливості перехідної економіки за умов збереження методичної коректності та об’єктивності в оцінці проектів.

Останнім часом поширеним допоміжним інструментом при розробці інвестиційних проектів в Україні є програмне забезпечення. Найбільш популярними є пакети COMFAR (Computer Model for Feasibility Analysis and Reporting) та PROPSPIN (Project Profile Screening and Pre-appraisal Information system), створені за сприяння UNIDO, а також пакети "PROJECT EXPERT" (“Про-Інвест Консалтінг”) і "Альт-Інвест" фірми "Альт", “Аналітик” (ІНЕК), Audit Expert (“Про-Інвест Консалтінг”), ОЛІМП: ФінЕксперт та інші.

В основі всіх зазначених програмних продуктів лежать методичні підходи UNIDO з проведення промислових техніко-економічних досліджень. [3]

Оскільки програмні пакети дозволяють суттєво скоротити витрати часу на розробку проектів, в таблиці 1 представлене порівняння деяких із зазначених пакетів з позиції методики фінансово-економічної оцінки проекту, яка покладена в основу тієї чи іншої програми, та деяких функціональних особливостей:

Таблиця 1 - Порівняльна характеристика програмних продуктів

| | Пакет COMFAR | Пакет PROPSPIN | Пакет "Альт-Інвест" | Пакет "PROJECT EXPERT" |
|---|---|---|---|---|
| Ступінь "закритості" пакету | Закритий | Відкритий | Відкритий | Закритий |
| Наявність міжнародної сертифікації | Так | Так | Ні | Ні |
| Основні переваги | Графічні результати розрахунків при варіюванні ряду вихідних даних | Можливість швидкої попередньої оцінки проекту | Універсальні таблиці з розрахунку виплати по кредитах | Широкі можливості завдання умов реалізації |
| Основні недоліки | Невідповідність податкового блока умовам оподаткування в Україні | Відсутність урахування чинника інфляції | Висока вірогідність помилок при введенні інформації | Відсутній математичний аналіз ризику |

Термін "закритість" означає неможливість зміни користувачем формул і алгоритмів, за якими відбуваються обчислення в програмному пакеті. "Закритість" пакета може бути як перевагою, так і недоліком в залежності від цілей, що стоять перед інвестором і реципієнтом. Достатньо кваліфіковані користувачі можуть імітувати дуже складні і різноманітні сценарії реалізації проекту, використовуючи гнучкі можливості відкритої системи. У той же час такі можливості пакета містять загрозу помилок. До "закритих" відносяться пакети, написані на будь-якій мові програмування і такі, що функціонують поза будь-яким специфічним середовищем. Навпроти, до "відкритих" відносяться пакети, написані на базі електронних таблиць у відповідному середовищі, де користувач має можливість модифікації формул.

Наявність міжнародної сертифікації пакетів важливо враховувати при роботі з закордонними інвесторами.

Пакет COMFAR. Оцінка комерційної ефективності відбувається на основі імітації потоку реальних грошей. Розрахунок може вестися у двох валютах - місцевій й іноземній. Припускається урахування тільки постійної (за часом) інфляції, але різноманітної за великою кількістю витрат і доходів.

Система дозволяє наочно уявити результати розрахунків при варіюванні обсягу реалізації, виробничих витрат, інвестиційних витрат і відсотка за кредит.

Без спеціальних прийомів COMFAR дозволяє враховувати лише ті податки, що обчислюються виходячи з прибутку. В усіх інших випадках (для обчислення ПДВ, ряду місцевих податків і т.д.) необхідно використовувати спеціальні прийоми, що ускладнює роботу і зменшує надійність розрахунку.

Пакет PROPSPIN. PROPSPIN - інформаційна система ведення і попередньої оцінки проектів. Пакет не є засобом проведення повного фінансового аналізу, а слугує для швидкого перегляду різноманітних варіантів для виявлення тих, що будуть придатні для подальшого розгляду.

Пакет має ряд обмежень: не більше 6 видів продукції; не більше 6 видів ресурсів; завдання різноманітних значень інвестицій на термін не більш ніж 5 років.

Пакет "Альт-Інвест" Пакет є відкритим, тому надає великі можливості з адаптації системи до зміни умов реалізації проекту (наприклад, до зміни умов оподатковування), а також до введення додаткових показників, проте він погано захищений від помилкових дій.

У системі легко здійснюється перерахунок результатів відповідно до інших вхідних даних, що полегшує проведення аналізу чутливості.

Пакет передбачає можливість урахування реінвестування вільних коштів.

Пакет "PROJECT EXPERT" Експерту пропонується оцінити можливості проекту за 40 позиціями. Відповіді оцінюються за п’ятибальною шкалою, після чого оцінки просто підсумовуються. Як правило, якщо експертів декілька, обчислюється середня оцінка. При цьому можливе налагодження пакета на іншу систему балів і на присвоєння коефіцієнтів важливості всім або деяким питанням.

Аналіз ризиків виконується в пакеті "PROJECT EXPERT" по 71 позиції, що охоплює 11 стадій проекту. До кожної оцінки передбачається коментар, що дозволяє зіставляти думки різних експертів. При аналізі ризиків не передбачене використання бальних оцінок або оцінок вірогідності. Експерт обирає лише рівень ризику - високий, середній, низький по кожній позиції і формулює відповідний коментар по обраному рівню.

Кількість продуктів не обмежена. Горизонт розрахунку складає 15 років інвестицій і 15 років виробництва. Розрахунок відбувається відповідно до методики ЮНІДО, але при значно більших можливостях завдання умов реалізації.

Загальні недоліки програмних продуктів оцінки інвестиційних проектів зводяться до наступних.

По-перше, всі ці системи мають обмежену можливість урахування впливу конкретних ризиків.

По-друге, усі зазначені продукти є розрахунковими моделями, не пропонуючи жодного алгоритму оптимізації. Тим часом, у різноманітних випадках можливо рішення задачі, наприклад, лінійного програмування; при цьому один із фінансових показників є цільовою функцією, а на інші задані обмеження.

По-третє, розглянуті продукти не мають ні візуальних (графічних), ані аналітичних засобів порівняння різноманітних проектів.

По-четверте, пакети не "розрізняють" користувачів, видаючи той самий набір вихідних показників для інвестора, реципієнта або іншого учасника проекту.

Нарешті, всі аналізовані системи є "статичними", тому що розглядають заздалегідь задані інвестиційні витрати, програму реалізації і т.д. на відміну від "динамічних" систем, що припускають автоматичне коригування показників на t-ом кроку в залежності від значень показників на попередніх кроках. [4]

Проведений аналіз методик розробки інвестиційних проектів свідчить про те, що кожна з методик відображає суть тієї чи іншої економічної системи (таблиця 2)

Таблиця 2 - Порівняльна характеристика моделей планової та ринкової економіки

| Критерій порівняння | Моделі планової економіки | Моделі ринкової економіки |
|---|---|---|
| Уніфікація | Галузева диференціація | Уніфіковані |
| Головний показник ефективності | Економічна (народногосподарча) ефективність | Фінансова (комерційна) ефективність |
| Основні показники | Економія внаслідок зниження собівартості продукції, прибуток, приріст продуктивності праці, річний економічний ефект, коефіцієнт абсолютної та порівняльної ефективності витрат, термін окупності витрат. | Чиста поточна вартість, внутрішня норма прибутковості, період окупності, норма прибутковості |
| База для порівняння значень показників | Затверджені нормативи | Альтернативні проекти |
| Ставка дисконтування | Фіксована | В залежності від вартості капіталу |
| Ринкові чинники | Не враховуються | Враховуються |
| Ризик | Не враховується | Враховується |
| Інфляція | Не враховується | Враховується |
| Екологічні та соціальні наслідки | Враховуються недостатньо | Враховуються |
| Програмне забезпечення | Призначене для фахівців | Призначене як для фахівців, так і для масового користувача |

**Висновки.** Таким чином, аналіз узагальнених теоретичних положень та практичного досвіду проектного аналізу в умовах планової та ринкової економік, а також досвід розробки проектів в умовах перехідної економіки дозволяє зробити наступні висновки:

На сучасному етапі для розробки та оцінки інвестиційних проектів в Україні застосовуються здебільше зарубіжні або міжнародні методики. В багатьох випадках проекти створюються за власним розумінням ініціаторів проекту, єдиних стандартів не існує.

Жодна з існуючих методик розробки інвестиційних проектів не відповідає в повному обсязі умовам перехідної економіки України; дослідження в напрямку створення системи проектного аналізу, адекватної умовам "недосконалого ринку" почалися нещодавно.

Сучасним завданням розвитку проектного аналізу в умовах перехідної економіки України є відбір для обґрунтування пропозицій українських підприємств найбільш придатних та ефективних інструментів оцінки з урахуванням досвіду обох економічних систем.

**Список літератури.**


1. *Нотовський П.В.* Методичний підхід до визначення горизонту безпеки інвестицій підприємств в умовах динамічних змін інвестиційного простору / П.В. Нотовський, Д.Ю. Крамськой, Т.П. Локтіонова // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес та ефективність виробництва. – Харків : НТУ "ХПІ". – 2015. – № 59 (1168). – С. 144-147.
2. *Крамськой Д.Ю.* Обґрунтування методів оцінки розвитку виробництва і ефективності інвестицій / Д.Ю. Крамськой // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Сер. : Економічні науки. – Харків : НТУ "ХПІ", 2016. – № 48 (1220). – С. 50-57.
3. *Нотовський П..В.* Формування стратегій управління ризиками інвестицій підприємств передачі та розподілу електричної енергії / В.А. Садовський, П.В. Нотовський // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Харків : НТУ "ХПІ". – 2011. – № 25. – С. 73-79.
4. *Крамськой Д.Ю.* Розробка методики оцінки інвестиційного проекту на основі балансу інтересів його учасників / Д.Ю. Крамськой // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Сер. : Економічні науки. – Харків : НТУ "ХПІ", 2016. – № 47 (1219). – С. 30-35


**References (transliterated)**


1. Notovskyi P.V. *Metodychnyi pidkhid do vyznachennia horyzontu bezpeky investytsii pidpryiemstv v umovakh dynamichnykh zmin investytsiinoho prostoru* / P.V.Notovskyi, D.J.Kramskoi, T.P.Loktionova // Visnyk Nats. tekhn. un-tu "KhPI" : zb. nauk. pr. Temat. vyp. : Tekhnichnyi prohres ta efektyvnist vyrobnytstva. – Kharkiv : NTU "KhPI". – 2015. – No 59 (1168). – P. 144-147.
2. Kramskoi D.Y. *Obgruntuvannia metodiv otsinky rozvytku vyrobnytstva i efektyvnosti investytsii* / D.Y. Kramskoi // Visnyk Nats. tekhn. un-tu "KhPI" : zb. nauk. pr. Ser. : Ekonomichni nauky. – Kharkiv : NTU "KhPI", 2016. – No 48 (1220). – P. 50-57.
3. Notovskyi P.V. Formuvannia stratehii upravlinnia ryzykamy investytsii pidpryiemstv peredachi ta rozpodilu elektrychnoi enerhii / V.A. Sadovskyi, P.V. Notovskyi // Visnyk Nats. tekhn. un-tu "KhPI" : zb. nauk. pr. Temat. vyp. : Tekhnichnyi prohres i efektyvnist vyrobnytstva. – Kharkiv : NTU "KhPI". – 2011. – No 25. – P. 73-79.
4. Kramskoi D.Y. *Rozrobka metodyky otsinky investytsiinoho proektu na osnovi balansu interesiv yoho uchasnykiv* / D.Iu. Kramskoi // Visnyk Nats. tekhn. un-tu "KhPI" : zb. nauk. pr. Ser. : Ekonomichni nauky. – Kharkiv : NTU "KhPI", 2016. – No 47 (1219). – P. 30-35


Надійшла (received) 20.12.2017

*Бібліографічні описи / Библиографическое описание / Bibliographic description*


**Сучасні методики інвестиційного проектування та застосування програмних продуктів з позиції методики фінансово-економічної оцінки проекту / Д. Ю. Крамськой** // Вісник НТУ "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки). – Х.: НТУ „ХПІ". - 2017. - № 45(1266).- С. 112-117 . Бібліогр. 4 назв. – ISSN 2519-4461.

**Современные методы инвестиционного проектирования и применение программных продуктов с точки зрения методологии финансово-экономической оценки проекта / Д. Ю. Крамской** // Вестник НТУ "Харьковский политехнический институт" (экономические науки). – Х.: НТУ „ХПИ". - 2017. - № 45(1266).- С. 112-117 . Библиогр.: 4 названий. – ISSN 2519-4461.

**Modern methods of investment design and application of software products in terms of the methodology of financial and economic evaluation of the project / D.Y. Kramskoi** // Bulletin of NTU "Kharkiv Polytechnic Institute" (economic sciences). – Kharkiv.: NTU "KhPI". - 2017. - № 45(1266).- P. 112-117 . Bibliogr.: 4 names. – ISSN 2519-4461.


*Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors*


***Крамськой Дмитро Юрійович*** – кандидат економічних наук, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», доцент кафедри «Організація виробництва та управління персоналом», м. Харків; тел.: (067) 804-47-87; e-mail: kramskoy2007@gmail.com

***Крамской Дмитрий Юрьевич*** **-** кандидат экономических наук, Национальный технический университет «Харьковский политехнический институт», доцент кафедры «Организация производства и управления персоналом», г. Харьков. тел .: (067) 804-47-87; e-mail: kramskoy2007@gmail.com

***Kramskoi Dmitro Yuriovich*** – Candidate of Economy Sciences (Ph. D.), National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute", Associate Professor at the Department of Production organizing and personnel management, Kharkiv; tel.: (067) 804-47-87; e-mail: kramskoy2007@gmail.com.

УДК 658.29-049.5

***І.М. ПОГОРЄЛОВ***

# АНАЛІЗ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИРОБНИЦТВА НОВОГО ВИДУ ВИРОБУ

Методика аналізу економічної ефективності виробництва та впровадження нової техніки відносно проста. У ході порівняння цих даних з'ясовуються причини розбіжності між плановою та фактичною ефективністю окремих заходів і всією їх сукупністю. Економічна ефективність будь-якого заходу - це комплексне поняття, що визначає різні аспекти економічної доцільності цього заходу, і зниження трудових і грошових витрат, і зменшення витратних норм матеріалу, палива, енергії, та підвищення зручності та безпеки роботи, поліпшення умов праці, підвищення ступеня механізації тощо.

**Ключові слова:** управління, система, ефективність, аналіз, контроль, виробництво, стратегія.

Методика анализа экономической эффективности производства и внедрения новой техники относительно проста. В ходе сравнения этих данных выясняются причины расхождения между плановой и фактической эффективности отдельных мероприятий и всей их совокупности. Экономическая эффективность любого мероприятия - это комплексное понятие, которое определяет различные аспекты экономической целесообразности этого мероприятия, и снижение трудовых и денежных затрат, и уменьшение расходных норм материала, топлива, энергии, повышение удобства и безопасности работы, улучшение условий труда, повышение степени механизации и тому подобное.

**Ключевые слова:** управление, система, эффективность, анализ, контроль, производство, стратегия.

The method of analysis of economic efficiency of production and the introduction of new technology is relatively simple. It boils down to the comparison of planned volume of capital investments of unit costs, the annual economic effect from the introduction of new equipment, the payback period of capital investments according to plan with indicators to events and the actual results. The comparison of these data the reasons of the differences between planned and actual effectiveness of individual activities and their totality. It should be noted that all benchmarks should be calculated to the volume of production that will be achieved after the implementation of measures to account for additional revenue that can be obtained as a result of production growth. Economic efficiency any event is a complex concept, which determines various aspects of economic feasibility of the exercise, and reduce labor and cost savings, and reduction of consumption rates of material, fuel, energy, increase convenience and safety of work, improvement of working conditions, increasing the degree of mechanization, and the like. Therefore, the wider are involved for the comparative assessment of organizational and technical measures various indicators, the fuller and more objective set by its actual value.

**Key words:** management, system, efficiency, analysis, control, production, strategy.

Для характеристики економічної ефективності новостворюваної техніки і прогресивних технологічних процесів застосовуються натуральні, трудові та вартісні показники. У групу натуральних показників входять: додатковий випуск продукції, зменшення витрат палива, матеріалу та енергії на одиницю продукції, зростання отримання продукції з квадратного метра виробничої площі. До трудових показників належать зниження трудомісткості виробів, підвищення продуктивності праці, вивільнення робітників. Вартісними показниками вважаються загальний розмір і питомі капітальні вкладення, тобто вартість виробничих основних і оборотних фондів, що припадає на одиницю продукції або на одиницю потужності обладнання; собівартість одиниці продукції до і після впровадження нової техніки; економія від зниження собівартості; загальний розмір річного ефекту від впровадження нової техніки; додатковий прибуток, отриманий в результаті збільшення обсягу виробництва.

Додатковий прибуток утворюється за рахунок скорочення витрат на утримання та експлуатацію обладнання, загальноцехових, загальнозаводських і позавиробничих витрат, які зростають, як правило, значно меншою мірою, ніж обсяг виробництва.

Методика аналізу економічної ефективності виробництва та впровадження нової техніки відносно проста. Вона зводиться до співставлення планових обсягів капітальних вкладень, собівартості одиниці продукції, річного економічного ефекту від впровадження нової техніки, строків окупності капітальних вкладень за планом з показниками до проведення заходів та з фактичними результатами. У ході порівняння цих даних з'ясовуються причини розбіжності між плановою та фактичною ефективністю окремих заходів і всією їх сукупністю. Слід зазначити, що всі порівнювальні показники повинні бути розраховані до обсягу виробництва, який буде досягнутий після впровадження заходу, щоб врахувати додатковий прибуток, який може бути отриманий в результаті зростання виробництва.

Однак такий аналіз ускладнюється тим, що чинна система обліку і звітності не дозволяє отримати необхідні для цього готові дані. На багатьох підприємствах немає даних про собівартість окремих видів продукції, а тим більше операцій, тому важко порівняти фактичну собівартість продукції до і після впровадження заходу. Впровадження ж нової техніки, як показує практика, досить часто веде до зміни витрат тільки на окремих операціях. Тому, щоб підрахувати економічну ефективність, необхідно знати фактичну собівартість до і після впровадження того чи іншого заходу. Розрахунок фактичної собівартості виробляється вибірковим шляхом за даними первинних документів обліку витрат на заробітну плату, матеріали, напівфабрикати, паливо, про розмір амортизаційних відрахувань по ділянці або цеху, у яких впроваджена нова техніка. Про економічну ефективність окремих заходів можна судити також і за сумою условнорічної економії, тобто економії, яка може бути отримана протягом року з дня запровадження заходів у виробництво. Проте впровадження нової техніки може і не привести в тому ж році до зниження собівартості продукції. Тому при аналізі на основі калькуляцій і техніко-економічних розрахунків необхідно виявити реальні можливості зниження собівартості і очікуваний економічний ефект.

© І.М. Погорєлов 2017

Практика підприємств і науково-дослідних організацій показує, що розмір економії від впровадження прогресивної техніки в різні періоди її дії (служби) змінюється досить значно. Якщо за 100% прийняти загальну суму економії, яку отримує підприємство за так званий «строк окупності», то виявляється, що в перший рік експлуатації нової техніки економія складає всього 0,7%, у другий - 2,5%, в третій - 14 , 9%, у четвертий - 42,4% і в п'ятий - 39,5%. Ці цифри змушують засумніватися в правомірності визначення економії (для розрахунку коефіцієнта фактичної ефективності) за даними другого року експлуатації.

Прогностична крива (рис. 1) динаміки капіталовкладень та економічної ефективності, складена на основі ряду заводських і проектних матеріалів, показує, що в той час як капітальні витрати в початковий період рязработки і впровадження нової техніки зростають за кривою, що круто піднімається (протягом періоду розробки і впровадження науково-дослідної роботи - НДР), зростання економії, навпаки, іде поступово, піднімаючись до свого максимуму, а потім досить різко починає падати до середньогалузевого рівня ефективності і нижче; це говорить про те, що запроваджена техніка перестала бути ефективною і потребує заміни.

***Середньогалузевий рівень економічної ефективності***

Рисунок 1 - Прогностична крива динаміки капіталовкладень і економічної ефективності

Крива, показана на рис. 1 в двох варіантах - для менш (1) і більше (2) прогресивної техніки, характерна тим, що загальний період ефективного застосування цієї техніки складається з того часу (воно умовно названо строком окупності $C_o$), протягом якого розмір отриманої економії досягає суми вкладених капіталовкладень, і часу чистого накопичення $П_н$, коли ця економія перевершує по своїй величині середньогалузевий рівень ефективності. Після цього протягом деякого часу $П_у$ вона тримається на цьому рівні, замикаючи загальний термін служби $C_{сл}$ машини, тобто:

$$C_{сл} = П_{эф} + П_у = C_o + П_н + П_у. \qquad (1)$$

До того моменту, коли крива економічної ефективності опускається до середньогалузевого рівня, у виробництво повинна вступити нова, більш ефективна техніка, а та, що заміщується нею, поступово вилучається з експлуатації.

Така загальна картина зміни економічної ефективності нової техніки з моменту її запуску в експлуатацію до заміни нової, більш прогресивної.

Протягом всього строку служби експлуатованої техніки неодноразово доводиться нести додаткові витрати (наприклад, на модернізацію, оснащення додатковою автоматикою тощо), які змінюють первісну (балансову) вартість машини і, природно, також повинні бути враховані. Загальноприйнята методика це питання, по суті кажучи, повністю ігнорує.

Можна зровити висновок про те, що було б правильніше (якщо навіть не враховувати додаткові капіталовкладення під час експлуатації машини) визначати коефіцієнт фактичної економічної ефективності від впровадження нової техніки як частку від ділення загальної економії, одержуваної від впровадження цієї техніки за весь строк її служби, до суми закладених у неї капітальних витрат.

Відоме уявлення про ефективність впроваджуваної техніки можна отримати і з співвідношення часу ефективної дії цієї техніки $П_{еф}$ до того періоду $C_o$, протягом якого розмір економії досягає величини вкладених у цю техніку витрат, тобто:

$$K_{еф} = П_{еф} : C_o = 1 + (П_н + C_o). \qquad (2)$$

За даними, заснованими на матеріалах аналізу роботи 41 заводу важкого машинобудування, $П_н : C_o$ для нової технології становить 1,33, для нових матеріалів - 1,2, для нових приладів - 0,67 і для нового обладнання і конструкцій - 0,6.

Досягнення найменших експлуатаційних витрат (найменшої собівартості продукції) зазвичай пов'язане з відносно більш високими початковими, в силу чого було б недостатньо і невірно вести порівняння різних варіантів тільки на підставі одержуваного зниження

собівартості.

У ряді випадків, особливо при проведенні великих заходів, витрати, по яких викликають суттєві зміни в розмірах основних і оборотних фондів підприємства, коли є можливість екстрагувати, отримується при цьому прибуток з її загальної суми, визначення таких показників дуже важливо і цікаво.

Більш часто зустрічаються на практиці положення, коли виникає потреба встановити зміну ступеня рентабельності виробництва певних виробів, слід визначити і коефіцієнт рентабельності $К_о$ як відношення прибутку, одержуваного за рік від виробництва цих виробів $П_р$, до повної собівартості їх річного випуску $С_р$, тобто:

$$К_р = П_р : С_р. \quad (3)$$

Капіталовкладення представляють собою витрати на відтворення основних фондів. Вартість машини при експлуатації входить до складу основних фондів споживача і витрати на її придбання і монтаж є для нього капіталовкладеннями. Тому при економічному аналізі ефективності машини як об'єкта експлуатації під капіталовкладеннями слід розуміти витрати на її придбання та встановлення. Оскільки обчислення вартості в заводських умовах ускладнене існуючою системою обліку витрат і ціноутворення, слід при визначенні економічної ефективності користуватися показником відпускних цін і собівартості.

Важливим елементом у порівняльних розрахунках є також різниця в розмірах капітальних витрат на будівництво будівель, оскільки їх висота і площі, фундаменти під обладнання безпосередньо залежать від габаритів і компонувальної схеми машин, питомих навантажень на площу підлоги і т. п. Штампувальні преси, наприклад, у порівнянні з паровими або пароповітряними молотами, дають можливість знизити капітальні витрати на будівництво будівлі цеху у зв'язку із зменшенням глибини фундаментів і висоти прольотів

Слід враховувати й інші шляхи економії капіталовкладень: зменшення витрат на допоміжне обладнання (парові котли і трубопроводи при пароповітряних молотах, не є необхідною умовою при штампуванні на пресах), на складські площі, на додаткове механічне обладнання (наприклад, при використанні штампувальних пресів, що дозволяють отримати заготівлі підвищеної точності) і пр.

При визначенні економічної ефективності капітальних вкладень у виробничі об'єкти Типовою методикою рекомендується також враховувати витрати для поповнення або зменшення оборотних фондів. У першу чергу це відноситься до таких заходів, які викликають зміну виробничих циклів або розмірів виробничих запасів. У деяких випадках вони можуть мати вирішальне значення.

У заводській та проектній практиці нерідко виникає такий стан, коли інженерне завдання - з виконанням всіх обумовлених нею технічних вимог - може бути вирішено по-різному. Тому необхідно з ряду можливих і порівнянних варіантів вибирати такий, який забезпечував би найбільший економічний ефект.

Економічно доцільною буде така інструкція машини або така технологія, застосування якої забезпечує одержання економії на кожну витрачену гривню не менше, ніж має місце в даній галузі промисловості (або народного господарства) середній відсоток приросту національного доходу.

Строк окупності додаткових капітальних вкладень визначається за формулою:

$$T_o = \frac{K_2 - K_1}{C_1 - C_2}, \quad (4)$$

а коефіцієнт порівняльної ефективності - за формулою:

$$E = \frac{C_1 - C_2}{K_2 - K_1}, \quad (5)$$

де $C_1$ и $C_2$ – собівартість одиниці продукції відповідно до і після впровадження заходу з нової техніки;

$K_1$ и $K_2$ – питомі капіталовкладення до і після впровадження.

У тому випадку, коли основні фонди, введені за рахунок додаткових вкладень, додаються повністю до діючих, річний економічний ефект слід розраховувати за формулою:

$$E = \left[(C_1 - C_2) - E_н K_у\right] \times A_н, \quad (6)$$

де $E$ — річний економічний ефект від впровадження нової техніки;

$E_н$ — коефіцієнт порівняльної ефективності додаткових капітальних вкладень;

$K_у$ — питомі капітальні вкладення;

$A_н$ - обсяг виробництва продукції після впровадження заходу.

Якщо в результаті впровадження нової техніки відбувається часткова або повна заміна раніше діючих фондів, розрахунок річного економічного ефекту дещо ускладнюється і ведеться за формулою повних (приведених) витрат на виробництво продукції до і після впровадження заходу:

$$E = \left[(C_1 - E_1 \cdot K_1) - (C_2 + E_н \cdot K_2)\right] \times A_н, \quad (7)$$

Методика аналізу ефективності нових видів продукції може бути показана на прикладі освоєння виробництва нового електроімпульсного копіювально-прошивального верстата, виготовленого на одному з машинобудівних заводів. Для більшої наочності слід прослідити порівняльні техніко-економічні показники (табл. 1).

Таблиця 1 – Порівняльні техніко-економічні показники

| Показники | Стара модель верстата | Нова модель верстата | |
|---|---|---|---|
| | | за планом технічного розвитку | за звітом |
| Обсяг виробництва, шт. | 200 | 200 | 210 |
| Собівартість виробництва одного виробу, тис. грн. | 14,3 | 14,2 | 14,15 |
| Загальний обсяг додаткових капітальних вкладень, тис. грн. | - | 10,0 | 9,2 |
| Питомі капітальні вкладення, тис. грн. | - | 0,05 | 0,044 |
| Строк окупності капітальних вкладень, років | - | 0,5 | 0,3 |
| Нормативний коефіцієнт ефективності капітальних вкладень, частки одиниці | 0,2 | 0,2 | 0,2 |
| Річний економічний ефект, тис. грн. | - | 18,0 | 29,7 |

Показник продуктивності праці, що визначається кількістю продукції, обраної в одиницю робочого часу, або трудомісткість виготовлення одиниці продукції за допомогою нової конструкції машини має дуже важливе значення для характеристики її прогресивності. Однак він не може розглядатися як єдиний критерій ефективності нової техніки, тому що, по-перше, належить тільки даному підприємству і, по-друге, знаходить відображення в собівартості продукції.

З підвищенням продуктивності праці пов'язане зниження чисельності робітників при впровадженні нової техніки. Вивільнення робітників і зміна характеру праці при впровадженні механізації має велике соціально-економічне значення, якому в окремих випадках, при всіх інших рівних умовах, може бути віддана перевага при виборі варіанта нової техніки.

Таким чином, при проектуванні і впровадженні нової техніки визначальне значення для економічної оцінки прогресивності нових конструкцій машини мають капіталовкладення і собівартість продукції.

У процесі економічного аналізу для виявлення прогресивності нової техніки зіставляють показники проектованого і базового варіантів.

Порівняння показників капіталовкладень К в нову техніку і собівартості річного випуску продукції С дає при двох варіантах різні поєднання (табл. 2).

Переваги другого варіанта в перших трьох поєднаннях і першого варіанту в наступних трьох очевидні. У сьомому поєднанні потрібно визначити, чи вистачить економії на собівартості за першим варіантом на весь термін амортизації нової техніки. Восьме поєднання найбільш поширене. Як правило, впровадження нової техніки потребує додаткових капіталовкладень, тому в даному сполученні при виборі найбільш ефективних засобів нової техніки, коли один з порівнюваних варіантів при більш високих капіталовкладеннях має більш низьку собівартість, виникає необхідність у такому економічному показнику, який би дозволив порівняти за варіантами зміну капітальних і поточних витрат.

Таблиця 2 – Порівняння показників капіталовкладень К в нову техніку і собівартості річного випуску продукції С

| Номер поєднання | Капіталовкладення | Собівартість | Який варіант вигідніший |
|---|---|---|---|
| 1 | $K_1 \rangle K_2$ | $C_1 \rangle C_2$ | Другий |
| 2 | $K_1 \rangle K_2$ | $C_1 = C_2$ | » |
| 3 | $K_1 = K_2$ | $C_1 \rangle C_2$ | » |
| 4 | $K_1 \langle K_2$ | $C_1 \langle C_2$ | Перший |
| 5 | $K_1 \langle K_2$ | $C_1 = C_2$ | » |
| 6 | $K_1 = K_2$ | $C_1 \langle C_2$ | » |
| 7 | $K_1 \rangle K_2$ | $C_1 \langle C_2$ | Потрібен розрахунок |
| 8 | $K_1 \langle K_2$ | $C_1 \rangle C_2$ | Те саме |

З даних таблиці 2 видно, що виробництво нової моделі верстата для підприємства-виробника, незважаючи на додаткові витрати, економічно вигідно. Як планові, так і фактичні терміни окупності витрат значно нижче нормативних. Завдяки цьому, а також у зв'язку зі зниженням собівартості одиниці продукції підприємство отримало річний економічний ефект у розмірі 29,7 тис. грн. при плані 18 тис. грн.

Розрахунок планового і фактичного ефекту ведеться наступним чином:

$$E_{пл} = [(14{,}3 - 14{,}2) - (0{,}2 \times 0{,}05)] \times 200 = 18 тис.грн.;$$

$$E_{факт} = [(14{,}3 - 14{,}15) - (0{,}2 \times 0{,}044)] \times 210 = 29{,}7 тис.грн.$$

Економічна ефективність нових видів продукції у споживача шляхом визначення собівартості продукції, що випускається на новому і на старому обладнанні, одержуваного при цьому прибутку, величини додаткових капітальних витрат, необхідних для придбання нової техніки, та загального річного економічного ефекту від використання нової техніки. Якщо споживач купує новий вид матеріалу, використання якого не вимагає модернізації, заміни діючого обладнання, тобто не викликає додаткових капітальних вкладень, аналіз економічної ефективності впровадження його у виробництво обмежується зіставленням собівартості продукції та аналізом її рентабельності.

У ряді випадків впровадження у виробництво нових видів обладнання призводить до вивільнення раніше діючої техніки, яка може бути використана частково або повністю для виробництва інших видів продукції. Розрахунок загального обсягу капітальних вкладень на впровадження у виробництво нових видів продукції у підприємства-споживача необхідно зменшити на залишкову вартість устаткування, що вивільняється.

Якщо впровадження нової техніки призводить до поліпшення якості продукції та підвищення її оптової ціни, то річний економічний ефект збільшиться за рахунок прибутку, одержуваного від зміни цін.

Крім того, необхідно врахувати економію, яка може бути забезпечена підвищенням надійності нових видів продукції, зокрема шляхом збільшення міжремонтного періоду і зменшення трудомісткості ремонтних робіт.

У процесі аналізу ефективності нової техніки дуже важливо також виявити стан і ступінь виконання плану науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт. При цьому слід встановити ступінь новизни науково-дослідних робіт, їх відповідність напрямку і завданням розвитку підприємства. Значне місце при аналізі повинно бути приділено перевірці правильності розрахунку економічного ефекту по кожній темі. Поряд з цим, щоб уникнути дублювання, необхідно виявити, чи не розробляються деякі теми на інших підприємствах. Слід визначити також фактичну ефективність від впровадження у виробництво науково-дослідних робіт, як і будь-якого іншого заходу з нової техніки, та додаткову економію, отриману в результаті прискореного впровадження у виробництво нової техніки. Вона повинна бути розрахована за формулою:

$$E_{дод} = K \times E_н \cdot (T_п - T_ф), \quad (8)$$

де $E_{дод}$ — додатковий економічний ефект, одержуваний від прискорення термінів впровадження заходів з нової техніки у виробництво;

$K$ — капітальні витрати;

$T_н$ и $T_ф$ — відповідно, плановий і фактичний терміни впровадження, років.

У процесі аналізу ефективності нової техніки виникає необхідність враховувати зниження питомої ваги умовно-постійних витрат у собівартості продукції у зв'язку зі збільшенням обсягу виробництва.

Найчастіше це буває пов'язано з впровадженням механізації виробництва або переходом на більш досконалі (наприклад, потокові) методи роботи. У таких випадках рекомендується користуватися формулою:

$$E_{у \cdot п} = P_{у \cdot п} \cdot \left( \frac{B_2}{B_1} - 1 \right) \quad (9)$$

або при різноманітному асортименті продукції:

$$E_{у \cdot п} = P'_{у \cdot п} \cdot \left( \frac{B_2}{B_1} - 1 \right) \cdot C_п, \quad (10)$$

де $P_{у \cdot п}$ - сума умовно-постійних витрат;

$P'_{у \cdot п}$ - сума умовно-постійних витрат у частках від собівартості ($C_п$);

$B_1$ и $B_2$ - річний випуск продукції до і після впровадження заходу.

Крім цих показників, для отримання повної та об'єктивної оцінки технічно рівнозначних рішень у кожному окремому випадку можуть виявитися необхідними й інші характеристики, такі, як зростання продуктивності праці, зниження трудомісткості і матеріаломісткості, зниження ваги виробу тощо. Необхідність залучення цих показників, звичайно, залежить від характеру заходу та його цілеспрямованості.

Усе викладене вище дозволяє зробити висновок.

Економічна ефективність будь-якого заходу - це комплексне поняття, що визначає різні аспекти економічної доцільності цього заходу, і зниження трудових і грошових витрат, і зменшення витратних норм матеріалу, палива, енергії, та підвищення зручності та безпеки роботи, поліпшення умов праці, підвищення ступеня механізації тощо. Тому, чим ширше залучаються для порівняльної оцінки проведеного організаційно-технічного заходу різні показники, тим повніше й об'єктивніше встановлюється його дійсна цінність. У багатьох випадках порівняльні показники виявляються різнозначними (знижується трудомісткість, але збільшується вартість матеріалу або збільшується продуктивність, але разом з тим і витрати на механізацію) і тільки за допомогою техніко-

економічного аналізу можна виявити дійсну цінність даного заходу, його справжню економічну ефективність.

**Список літератури**

1 Економічний аналіз. Підручник / За ред. проф. *Меховича С.А.,* проф. *Тимофеєва В.М.*, доц. *Погорєлова І.М.* – Харків: НТУ „ХПІ”, 2009. – 752 с.

2 *Абрютина М.С.* Анализ финансово-экономической деятельности предприятия. Учебно-практическое пособие / Абрютина М.С., Грачев А.В. – М.: Дело и Сервис, 1998. - 256 с.

3 Анализ хозяйственной деятельности в промышленности. Учебник / *Н.А. Русак, В.И. Стражев, О.Ф. Мигун* и др. – Мн: Вышейшая школа, 1998. - 398 с.

4 Економічний аналіз. Навчальний посібник. Ч. 1 /*Г.Ф. Азаренков, З.Ф. Петряєва, Г.Г. Хмеленко*. – Харків: Вид. ХНЕУ, 2003 - 208 с.

5 Економічний аналіз. Навчальний посібник. Ч. 2 /*Г.Ф. Азаренков, З.Ф. Петряєва, Г.Г. Хмеленко.* – Харків: Вид. ХНЕУ, 2004 - 232 с.

6 Економічний аналіз. Навчальний посібник. Ч. 3 /*Г.Ф. Азаренков, З.Ф. Петряєва, Г.Г. Хмеленко.* – Харків: Вид. ХНЕУ, 2005 - 243 с.

7 Економічний аналіз. Навчальний посібник /*М.А. Болюх, В.З. Бурчевский, М.І. Горбаток;* за ред. Акад. НАНУ, проф. М.Г. Чумаченка. - К.: КНЕУ, 2001. - 540 с.

8 Економічний аналіз. Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів спеціальності 7.050106 "Облік і аудит" /За ред. проф. *Ф.Ф. Бутинця* - Житимир: ПП „Рута”, 2003. - 680 с.

9 Лахтіонова Л.А. Фінансовий аналіз суб’єктів господарювання: Монографія. – К.: КНЕУ, 2001. - 287 с.

10 *Мних Є.В.* Економічний аналіз: Підручник. – К.: Центр навчальної літератури, 2003. – 412 с.

11 *Савицкая Г.В.* Анализ хозяйственной деятельности предприятия. – М.: ЮНИТИ, 2000. - 668 с.

12 *Савицька Г.В.* Економічний аналіз діяльності підприємства: Навч. посіб. – 3-тє вид., випр.. і доп. – К.: Знання, 2007. – 668с.

**References (transliterated)**

1 *Ekonomichnij analiz*. Pidruchnik / Za red. prof. Mehovicha S.A., prof. Timofeєva V.M., doc. Pogorєlova I.M. – Harkiv: NTU „HPI”, 2009. – 752 s.

2 Abrjutina M.S. *Analiz finansovo-jekonomicheskoj dejatel'nosti predprijatija*. Uchebno-prakticheskoe posobie / Abrjutina M.S., Grachev A.V. – M.: Delo i Servis, 1998. - 256 s.

3 *Analiz hozjajstvennoj dejatel'nosti v promyshlennosti*. Uchebnik / N.A. Rusak, V.I. Strazhev, O.F. Migun i dr. – Mn: Vyshejshaja shkola, 1998. - 398 s.

4 *Ekonomichnij analiz.* Navchal'nij posibnik. Ch. 1 /G.F. Azarenkov, Z.F. Petrjaєva, G.G. Hmelenko. – Harkiv: Vid. HNEU, 2003 - 208 s.

5 *Ekonomichnij analiz.* Navchal'nij posibnik. Ch. 2 /G.F. Azarenkov, Z.F. Petrjaєva, G.G. Hmelenko. – Harkiv: Vid. HNEU, 2004 - 232 s.

6 *Ekonomichnij analiz.* Navchal'nij posibnik. Ch. 3 /G.F. Azarenkov, Z.F. Petrjaєva, G.G. Hmelenko. – Harkiv: Vid. HNEU, 2005 - 243 s.

7 *Ekonomichnij analiz*. Navchal'nij posibnik /M.A. Boljuh, V.Z. Burchevskij, M.I. Gorbatok; za red. Akad. NANU, prof. M.G. Chumachenka. - K.: KNEU, 2001. - 540 s.

8 *Ekonomichnij analiz.* Navchal'nij posibnik dlja studentiv vishhih navchal'nih zakladiv special'nosti 7.050106 "Oblik i audit" /Za red. prof. F.F. Butincja - Zhitimir: PP „Ruta”, 2003. - 680 s.

9 Lahtionova L.A. *Finansovij analiz sub’єktiv gospodarjuvannja*: Monografija. – K.: KNEU, 2001. - 287 s.

10 Mnih Є.V. *Ekonomichnij analiz:* Pidruchnik. – K.: Centr navchal'noї literaturi, 2003. – 412 s.

11 Savickaja G.V. *Analiz hozjajstvennoj dejatel'nosti predprijatija*. – M.: JuNITI, 2000. - 668 s.

12 Savic'ka G.V. *Ekonomichnij analiz dijal'nosti pidpriєmstva*: Navch. posib. – 3-tє vid., vipr.. i dop. – K.: Znannja, 2007. – 668s.

*Надійшла (received) 29.09.2017*

*Бібліографічні описи / Библиографические описания / Bibliographic descriptions*

**Аналіз економічної ефективності виробництва нового виду виробу / І.М. Погорєлов** // Вісник НТУ “Харківський політехнічний інститут” (економічні науки). – Х.: НТУ „ХПІ”. - 2017. - № 45(1266).- С. 118-123 . Бібліогр. 12 назв. – ISSN 2519-4461.

**Анализ экономической эффективности производства нового вида изделия / И.Н Погорелов** // Вестник НТУ “Харьковский политехнический институт” (экономические науки). – Х.: НТУ „ХПИ”. - 2017. - № 45(1266).- С. 118-123 . Библиогр.: 12 названий. – ISSN 2519-4461.

**The mechanism of accounting and analytical support for managing the economic security of the enterprise / I.M. Pogorelov** // Bulletin of NTU "Kharkiv Polytechnic Institute" (economic sciences). – Kharkiv.: NTU "KhPI". - 2017. - № 45(1266).- P. 118-123 . Bibliogr.: 12 names. – ISSN 2519-4461.

*Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors*

***Погорєлов Ігор Миколайович*** - Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», доцент кафедри економічного аналізу та обліку, тел : (057) 707-62-74, e-mail: afpa62@gmail.com

***Погорелов Игорь Николаевич*** - Национальный технический университет «Харьковский политехнический институт», доцент кафедры экономического анализа и учета, тел : (057) 707-62-74, e-mail: afpa62@gmail.com

***Pogorelov, Igor Mukolayevich*** - National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute", associate Professor of Department of economic analysis and accounting, tel : (057) 707-62-74, e-mail: afpa62@gmail.com

**ЗМІСТ**

*А.В. КОСЕНКО, М.В. РІВЧАК, Л.М КОСОЛАП*
**ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ У ФОРМУВАННІ ЇХ ЗБУТОВОЇ ПОЛІТИКИ ..... 3**

*І.А. КАБАНЕЦЬ*
**ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИМІРУ ЛОГІСТИКИ ІННОВАЦІЙНОГО РУХУ ДОДАТКОВОГО ПРОДУКТУ В ПРОЦЕСІ ВИРОБНИЧОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ..... 9**

*Т. В. ВЕРЕЩАКА, Л.П. СКОТНІКОВА*
**ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА ..... 16**

*І. О. КОРНЄЄВА, О. М. КІТЧЕНКО*
**МАРКЕТИНГ В МАЛОМУ БІЗНЕСІ ..... 22**

*Т. В. РОМАНЧИК*
**ПРОСУВАННЯ В СИСТЕМІ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ: МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ..... 26**

*Н.И . ПОГОРЕЛОВ, С.Н. ПОГОРЕЛОВ*
**ПРОБЛЕМЫ ОРГАНИЗАЦИИ И НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ НОРМИРОВАНИЯ ТРУДА В УСЛОВИЯХ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ ..... 30**

*О. О. ФАЛЬЧЕНКО, О.Ю. СОЛОХА*
**ВШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ОБЛІКУ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ ..... 37**

*В.Г. ДЮЖЕВ, О.І. БОЙЧЕНКО*
**ПІДВИЩЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ СПРИЙНЯТЛИВОСТІ ПЕРСОНАЛУ КОМЕРЦІЙНОЇ СЛУЖБИ ПІДПРИЄМСТВ ПРОМИСЛОВОЇ АВТОМАТИКИ ..... 42**

*С. В. ГЛУХОВА, К. В. ЛЕГКОБИТ*
**СУТНІСТЬ КАДРОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПІДПРИЄМСТВА В СТРАТЕГІЧНОМУ АСПЕКТІ ..... 47**

*П.Г.ПЕРЕРВА*
**ЕКОНОМІКО-ОРГАНІЗАЦІЙНІ ЗАСАДИ ІННОВАЦІЙНОЇ ТА ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ..... 51**

*Н.В. АРТЕМЕНКО*
**СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ОБЛІКОВОЇ ПОЛІТИКИ УСТАНОВ ДЕРЖАВНОГО СЕКТОРУ ..... 56**

*С. О. ВАСИЛЬЦОВА, А.Д. МАМЕДОВА, В.В. КОЗЮРА*
**ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ОСНОВНИХ ФОНДІВ ТА ШЛЯХИ ЇЇ ПОКРАЩЕННЯ ..... 60**

*М.В.ЛІТВИНЕНКО, Ю.А.БЕРЕЖНА, О.О.ЛІТВИНЕНКО*
**МІЖНАРОДНИЙ МАРКЕТИНГ – ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ ..... 64**

*В.В.ВИНОГРАДОВ*
**РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ МАШИНОБУДУВАННЯ НА ОСНОВІ КЛАСТЕРНОГО ПІДХОДУ ..... 68**

*І. А. ЮР'ЄВА*
**ВПРОВАДЖЕННЯ ПІДХОДІВ З ЕТИКИ БІЗНЕСУ В ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНОМУ ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА ..... 75**

***С.В. БРІК***
**РЕСТОРАННИЙ БІЗНЕС: ОСОБЛИВОСТІ ФІНАНСОВОГО ОБЛІКУ ТА АУДИТУ ПРОДУКЦІЇЇ ЗА ТОРГІВЕЛЬНИМ ТА ВИРОБНИЧИМ МЕТОДАМИ..... 79**

***А.В. СЄРІКОВ, Г.В. КРИВОРУЧКО***
**ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ БЮДЖЕТУВАННЯ, ОРІЄНТОВАНОГО НА РЕЗУЛЬТАТ..... 83**

***В. О. АЛЕКСАНДРОВА***
**ВИЗНАЧЕННЯ ЧИННИКІВ ТА ЇХ ВПЛИВ НА РОЗВИТОК ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ ..... 89**

***Н. С. СВІЩОВА, В. О. ЧЕРЕПАНОВА, О.С. ЛОКТІОНОВА***
**НОУ-ХАУ: ПОНЯТТЯ, МЕТОДИ ЗАХИСТУ ТА РОЛЬ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ..... 93**

***Н. М. ПОБЕРЕЖНА***
**ФІНАНСОВА ЗВІТНІСТЬ ЯК ВАЖЛИВИЙ ЕЛЕМЕНТ ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯЕФЕКТИВНОГОНАДАННЯ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ ..... 97**

***К.О. ТИМОФЄЄВА***
**АНАЛІЗ ПРОБЛЕМ ІННОВАЦІЙНОЇ АКТИВНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ.....102**

***О. В. СИРОМ'ЯТНИКОВА***
**ЕФЕКТИВНІСТЬ БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ В СУЧАСНИХ УМОВАХ РОЗВИТКУ УКРАЇНИ .....107**

***Д. Ю. КРАМСЬКОЙ***
**СУЧАСНІ МЕТОДИКИ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПРОЕКТУВАННЯ ТА ЗАСТОСУВАННЯ ПРОГРАМНИХ ПРОДУКТІВ З ПОЗИЦІЇ МЕТОДИКИ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ ОЦІНКИ ПРОЕКТУ .....112**

***І.М. ПОГОРЄЛОВ***
**АНАЛІЗ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИРОБНИЦТВА НОВОГО ВИДУ ВИРОБУ .....118**

*НАУКОВЕ ВИДАННЯ*

***ВІСНИК***

***НТУ***
***«ХАРКІВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ»***

*ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ*

***Збірник наукових праць***

*№ 45 (1266) 2017*

*Наукові редактори*
*д-р екон. наук, проф. П.Г. Перерва,*
*к-д. екон. наук, проф. М.І. Погорєлов*
*Науково-технічний редактор*
*к-д. екон. наук, проф. С.М. Погорєлов*

*Відповідальний за випуск*
*к-д. техн. наук І.Б. Обухова*

***АДРЕСА РЕДКОЛЕГІЇ:*** *61002, Харків, вул. Фрунзе, 21. НТУ "ХПІ".*
*Кафедра: «Организація виробництва і управління персоналом»,*
*Тел. (057) 707-62-53, (057) 707-65-07,*
*e-mail: tpep_bulletin@ukr.net*

*Підп. до друку 11.10.2017 р.Формат 60х84 1/16. Папір офсетний. RISO-друк. Гарнітура Таймс.*
*Ум.друк.арк. 10,6. Обл.-вид. арк. 11,7.*
*Наклад 300 прим. Зам. № 1284. Ціна договірна.*

*Видавничий центр НТУ «ХПІ». Свідоцтво про державну реєстрацію*
*суб'єкта видавничої справи ДК № 3657 від 24.12.2009 р.*
*61002, Харків, вул. Фрунзе 21*

*Друк-ФОП Шейніна О.В.,*
*Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи*
*до Державного реєстру видавців, виготовників*
*і розповсюджувачів видавничої продукції*
*ДК № 2779 від 15.09.2007 р.*
*61052, Харків, вул. Славянская, 3 оф.5*