

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ
І НАУКИ УКРАЇНИ

Національний технічний університет
«Харківський політехнічний
інститут»

MINISTRY OF EDUCATION AND
SCIENCE OF UKRAINE

National Technical University
"Kharkiv Polytechnic Institute"

Вісник
Національного технічного
університету «ХПІ»
(економічні науки)

Bulletin of the National
Technical University
"KhPI"
(economic sciences)

№ 5(7)'2020

No. 5(7)'2020

Збірник наукових праць

Collection of Scientific papers

Видання засноване у 1961 р.

The edition was founded in 1961

Харків
НТУ «ХПІ», 2020

Kharkiv
NTU "KhPI", 2020

Вісник Національного технічного університету «ХПІ» (економічні науки) = Bulletin of the National Technical University "KhPI" (economic sciences) Збірник наукових праць. – Х. : НТУ «ХПІ». – 2020. – № 5. – 88 с.

У збірнику представлені результати досліджень та узагальнення актуальних тенденцій вітчизняної та світової економічної системи, стану і перспективи розвитку економіки регіонів, підприємств та організацій; особливості управління інвестиційною діяльністю, інноваціями, бізнесом, економічними ризиками, маркетинговою діяльністю, правове забезпечення підприємств, бізнес-планування, управління фінансами, проблеми обліку й аудиту, соціального прогресу.

Для науковці, викладачі вищої школи, аспірантів, студентів, фахівців різноманітних галузей

The collection presents the results of research and generalization of current trends of the domestic and world economic system, the state and prospects of economic development of regions, enterprises and organizations; features of investment management, innovation, business, economic risks, marketing activities, legal support of enterprises, business planning, financial management, accounting and auditing, social progress.

For scientists, teachers of higher education, postgraduates, students, specialists of various industries

Державне видання.

Свідectво Міністерство юстиції України
КВ № 23773-13613Р від 14 лютого 2020 року.

Мова статей – українська, російська, англійська.

На підставі Наказу Міністерства освіти і науки України № 409 від 17.03.2020 року включено до категорії «Б» Переліку наукових фахових видань України у галузі економічних наук зі спеціальностей 051, 071, 072, 073, 075, 076, 242, 281, 292.

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). Індується в наукометричній базі Google Scholar.

Офіційний сайт видання: <http://es.khpi.edu.ua>

Засновник
Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»

Founder
National Technical University
"Kharkiv Polytechnic Institute"

Головний редактор

Перерва П.Г., проф., НТУ «ХПІ», Україна

Заст. головного редактора:

Погорелов М.І., проф., НТУ «ХПІ», Україна

Погорелов С.М., проф., НТУ «ХПІ», Україна

Секретар:

Круглов О.А., НТУ «ХПІ», Україна

Члени редколегії:

Ілляшенко С.М., проф., СумДУ, Україна

Косенко О.П., проф., НТУ «ХПІ», Україна

Краснокутська Н.С., проф., НТУ «ХПІ», Україна

Кузьмін О.Є., проф., І-т «Львівська політехніка», Україна

Манойленко О.В., проф., НТУ «ХПІ», Україна

Маслак О.І., проф., Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського, Україна

Посохов І.М., проф., НТУ «ХПІ», Україна

Райко Д.В., проф., НТУ «ХПІ», Україна

Сисоєв В.В., проф., НТУ «ХПІ», Україна

Кобелева Т.О., доц., НТУ «ХПІ», Україна

Mariann Veresné Somosi, проф., Мішкольцький університет, Угорщина;

Peter Reichling, проф., Магдебургський університет ім. Отто фон Гуеріке, Німеччина;

György Kocziszký, проф., член монетарного комітету Національного банку, Венгрія

Editor-in-chief

Pererva P.G., prof., NTU "KhPI", Ukraine

Deputy editor-in-chief:

Pogorelov M. I., prof., NTU "KhPI", Ukraine

Pohorielov S. M., prof, NTU " KhPI " , Ukraine

Secretary:

Kruglov O. A., NTU " KhPI " , Ukraine

Members of the editorial Board:

Ilyashenko S. M., prof., Sumdu, Ukraine

Kosenko O. P., prof., NTU "KHPI", Ukraine

Krasnokutska N.S., prof., NTU "HP", Ukraine

Kuzmin O. E., prof., Institute "Lviv Polytechnic", Ukraine

Manoylenko O. V., prof., NTU " KhPI ", Ukraine

Maslak O. I. prof Kremenchutsky national University imeni Mikhaila Ostrogradskogo, Ukraine

Posokhov I.M., prof., NTU " KhPI " , Ukraine

Raiko D. V., prof., NTU " KhPI ", Ukraine

Sysoiev V. V., prof., NTU " KhPI " , Ukraine

Kobielieva T. O., docent., NTU " KhPI " , Ukraine

Mariann Veresné Somosi, , prof, University Mxcalcse, Porsena;

Peter Reichling, prof., Magdeburg University im. Otto von

Guericke, Germany;;

György Kocziszký, prof., member of the monetary Committee of

the National Bank, Hungary

Рекомендовано до друку Вченою радою НТУ «ХПІ».

А. В. БИБЧЕНКО, В. М. КОБЕЛЄВ

ВДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ЕФЕКТИВНІСТЮ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Управління ефективністю діяльності підприємства являє собою інтегрований підхід менеджменту, що об'єднує різні напрями діяльності підприємства, включаючи стратегію, управління персоналом, операційний менеджмент, планування, аналіз, облік та контроль, відповідні методи, моделі, системи та програмне забезпечення задля забезпечення стійкого зростання ефективності діяльності підприємства.

Ефективність виробництва – це складна економічна категорія, в ній відображається дія багатьох економічних законів і показується одна з найважливіших сторін суспільного виробництва – його результативність. Форми прояву ефективності можна згрупувати за функціональними підсистемами, тобто оцінка ефективності базується на якомусь показнику (технологічна, економічна, соціальна та інші підсистеми). У роботі розглянуто визначення поняття організаційно-економічного механізму, а також сформовано власне. Визначено основні принципи його формування та роль у функціонуванні підприємства. Сформовано основні складові організаційно-економічного механізму управління ефективною діяльністю підприємства та визначено основні, на які слід звернути увагу при адаптації до конкретного підприємства. Обґрунтовано доцільність використання бенчмаркінгу у діяльності організацій.

Ключові слова: підприємство, механізм управління, ефективність, результативність, система, діяльність, фактори впливу, зовнішнє та внутрішнє середовище, конкурентоспроможність підприємства, організація, структурні елементи.

А. В. БИБЧЕНКО, В. М. КОБЕЛЄВ

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО МЕХАНИЗМА УПРАВЛЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Управление эффективностью деятельности предприятия представляет собой интегрированный подход менеджмента, объединяет различные направления деятельности предприятия, включая стратегию, управление персоналом, операционный менеджмент, планирование, анализ, учет и контроль, соответствующие методы, модели, системы и программное обеспечение для обеспечения устойчивого роста эффективности деятельности предприятия.

Эффективность производства – это сложная экономическая категория, в ней отражается действие многих экономических законов и показывается одна из важнейших сторон общественного производства – его результативность. Формы проявления эффективности можно сгруппировать по функциональным подсистемам, то есть оценка эффективности базируется на каком-то показателе (технологическая, экономическая, социальная и другие подсистемы). В работе рассмотрены определение понятия организационно-экономического механизма, а также сформировано собственное. Определены основные принципы его формирования и роль в функционировании предприятия. Сформированы основные составляющие организационно-экономического механизма управления эффективной деятельностью предприятия и определены основные, на которые следует обратить внимание при адаптации к конкретному предприятию. Обоснована целесообразность использования бенчмаркинга в деятельности организаций.

Ключевые слова: предприятие, механизм управления, эффективность, система, деятельность, факторы влияния, внешняя и внутренняя среда, конкурентоспособность предприятия, организация, структурные элементы.

A.V BYBCHENKO, V. N. KOBELIEV

IMPROVEMENT OF THE ORGANIZATIONAL AND ECONOMIC MECHANISM OF MANAGING THE EFFICIENCY OF THE ENTERPRISE'S ACTIVITIES

Production efficiency is a complex economic category. It displays the action of many economic laws and shows one of the most important aspects of social production – its performance. Manifestations of efficiency can be grouped into functional subsystems, ie performance evaluation is based on some indicator (technological, economic, social and other subsystems). Is formed the definition of the concept of organizational and economic mechanism is considered in the paper, as well as the actual one. Are defined the basic principles of its formation and role in the functioning of the enterprise. Have been formed the main components of the organizational and economic mechanism of managing the effective activity of the enterprise and have been identified the main ones that should be considered when adapting to a particular enterprise. The system of providing an organizational and economic mechanism consists of subsystems of legal, resource, normative-methodical, scientific, technical, and information management of the enterprise. Organizational and economic mechanism of enterprise management includes the following main functional subsystems: planning, organization, motivation, control and regulation. Target system of organizational and economic mechanism includes the goals and main results of the enterprise, as well as criteria for selecting and assessing the achievement of certain goals and results of the enterprise. The content of each system and the number of subsystems in each of the systems of the organizational and economic mechanism of enterprise management depends on the type of enterprise, the scope and scope of activity, the degree of influence of the environment and the results of the enterprise and other factors. Thus, as an organizational and economic mechanism, an integrated system consisting of a system of security, a functional and a target system that contains a certain set of organizational and economic levers that affect the economic and organizational parameters of the enterprise management system in order to ensure the efficiency of management and obtaining competitive advantages.

Keywords: enterprise, management mechanism, efficiency, system, activity, factors of influence, external and internal environment, enterprise competitiveness, organization, structural elements.

Постановка проблеми. В умовах ринкової економіки одним із актуальних питань для керівників підприємств є формування економічного механізму спроможного забезпечити ефективність управління та конкурентоспроможність підприємства. Для сучасних українських підприємств однією з основних проблем успішного функціонування є формування організаційно-економічного механізму управління ефективністю їх діяльності.

У зв'язку з цим виникає необхідність науково обґрунтованого підходу до вдосконалення організаційно-економічного механізму управління

Постановка проблеми. В умовах ринкової економіки одним із актуальних питань для керівників підприємств є формування економічного механізму спроможного забезпечити ефективність управління та конкурентоспроможність підприємства. Для сучасних українських підприємств однією з основних проблем успішного функціонування є формування організаційно-економічного механізму управління ефективністю їх діяльності.

У зв'язку з цим виникає необхідність науково обґрунтованого підходу до вдосконалення організаційно-економічного механізму управління ефективністю діяльності підприємств з урахуванням їх внутрішніх особливостей і мінливості зовнішнього середовища, чим і обумовлюється актуальність даного дослідження.

Аналіз останніх публікацій і досліджень. Багато авторів присвятили свої роботи вивченню та модернізації організаційно-економічного механізму управління діяльністю підприємств. У наукових працях досліджено різні аспекти цієї проблеми таких учених як Куценко А.В. [1] яка приділяла більшу увагу в роботі підприємствам роздрібною торгівлі системи споживчої кооперації; Жулай Г.С. [2] та Конащук В.Л. [3] не виділяють окремого поняття конкретно організаційно-економічного механізму та розглядають його в сукупності інших аспектів.

Окрім цього дане питання вивчали також Кендюхов О.[4], Лисенко Ю., Егоров П. [5], Дейнеко Л. [6], Грузнов І. [7] та інші. Ефективність функціонування підприємств описували в своїх працях Петті В., Рікардо Д., Кене Ф., Емерсон Г. та інші.

Постановка завдання. Метою дослідження є формування більш досконалих методів організаційно-економічного механізму управління підприємства, що сприяють підвищенню ефективності його діяльності. Визначення найбільш раціонального способу побудови зворотного зв'язку в організаційно-економічному механізмі управління конкурентоспроможністю підприємства для його ефективного функціонування і розвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження. В сучасних умовах ринку основною метою діяльності є отримання якомога більшого прибутку поруч з утриманням рівня стабільності підприємства та збільшенням його вартості на ринку. В таких умовах стає можливим подальший розвиток підприємства, що, в свою чергу, обумовлює необхідність використання якомога точнішого та більш пристосованого до

конкретного підприємства організаційно-економічного механізму управління підприємством.

Для подальшого вивчення питання необхідно визначити, що передбачає поняття такого механізму. Основні визначення наведено в таблиці 1.

Таблиця 1 - Визначення поняття «організаційно-економічний механізм управління» деякими авторами

Автор	Визначення
Кендюхов О.	Саморегулююча система елементів, в якій відбувається цілеспрямоване перетворення впливу елементів управління на необхідний стан або реакцію об'єктів управління[4, 172]
Лисенко Ю., Егоров П.	Система формування цілей та стимулів, що дозволяє перетворювати в процесі трудової діяльності рух матеріальних і духовних потреб членів суспільства у рух засобів виробництва та його кінцевих результатів, спрямованих на задоволення платоспроможного попиту споживачів [5,86]
Дейнеко Л., Барканов В.	Сукупність інструментарію, цілеорієнтованих важелів та системоутворюючих регуляторів впливу [6, 89]
Грузнов І.	Комплексне поняття, що характеризує сукупність необхідних взаємозв'язків, що виникають між різними елементами організації виробництва, праці і управління [7, 24]
Куценко А.	Оптимальна сукупність форм, структур, методів, засобів і функцій управління, що формує через економічні важелі його відносини з зовнішнім середовищем із метою забезпечення цілеспрямованого оперативного регулювання діяльності за напрямками управління ефективністю для відповідності фактичного стану підприємства заданим параметрам [1, 159]

Таким чином, можна сказати, що організаційно-економічний механізм управління являє собою комплексне поняття, сукупність взаємозв'язків, що необхідні задля організації форм, структур, засобів та функцій управління для формування економічних механізмів взаємодії з зовнішнім середовищем, що сприяє підвищенню ефективності управління виробничими процесами та, як наслідок, - загального результату діяльності підприємства.

Організаційно-економічний механізм управління діє на основі ключових принципів управління:

- 1 Додержання умов системи підходів до управління підприємством.

- 2 Автоматизація роботи та відповідність сучасним умовам тенденції щодо застосування інформаційних технологій.
- 3 Використання стратегічного методу формування маркетингової стратегії, мотивації персоналу та регулювання діяльності підприємства.
- 4 Відповідність методів аналізу, оцінки, прогнозування та оптимізації сучасним вимогам ринку.
- 5 Відповідність реальної стратегічної спрямованості умовам зовнішнього середовища та, зокрема, обраного ринку.

Одним з актуальних питань для керівників підприємств є формування організаційно-економічного механізму, здатного забезпечити ефективність управління та конкурентоспроможність підприємства. Механізм управління розглядається як складова частина системи управління, яка надає ефективний вплив на фактори, стан яких визначає результат діяльності об'єкта управління. Оскільки характер внутрішніх факторів управління підприємством різноманітний (організаційні, структурні, технічні, економічні, адміністративні, матеріальні фактори), слід виділити певні типи механізмів управління. Основними типами механізмів управління є: організаційні, економічні, структурні механізми, механізми управління організацією, технічні та адміністративні, інформаційні механізми та інші.

Роль механізму управління в процесі діяльності підприємства є значною, адже при коректному виборі методів менеджменту компанія може досягти значних успіхів, в той же час невідповідність принципам управління стратегічної спрямованості підприємства призведе до погіршення стану, або навіть витіснення фірми з ринку більш активними та сучасними підприємствами.

Весь механізм можна поділити на дві сторони – економічну і організаційну, як це показано на рисунку 1.

З наведеної схеми стає зрозуміло, що ділення на економічні аспекти та організаційні, поєднуючи їх в процесі контролю ефективності та формуючи план подальших дій відповідно до отриманих результатів, повинно призводити до забезпечення не лише стійкості, а і стабільного покращення показників діяльності.

Проте в процесі наслідування даної схеми необхідно враховувати багато можливих проблем. Однією з них є орієнтованість лише на внутрішні чинники, тоді як зовнішні (наприклад, коливання на ринку, поява певних законодавчих обмежень, або навпаки – розширення можливостей через прийняття стимулюючих заходів держави) які, звичайно, теж мають вплив на ефективність сформованого механізму, не враховуються. Нами запропоновано використовувати для оцінки ефективності зовнішній бенчмаркінг, проте це поняття передбачає порівняння з іншими підприємствами в середині галузі, або в суміжній. Він є важливим інструментом у сучасній роботі з оцінки та управління ефективністю. Бенчмаркінг – інструмент, який використовується для

встановлення показників процесів, витрат і результатів функціонування і зіставлення їх з аналогічними показниками інших подібних організацій з метою виявлення «кращих прийомів і кращих досягнень», з метою постійного удосконалення процесів. Тут необхідно діяти обережно, так як треба порівнювати один з одним дійсно зіставні структури.

Типи бенчмаркінгу: внутрішній, на основі зовнішніх баз даних, на основі співробітництва, конкурентний. При виконанні бенчмаркінгу за межами організації слід дотримуватися прийняті правила і норми його проведення.

Методи збору даних для бенчмаркінгу варіюють залежно від витрат, кількості і точності зібраних даних і визначається метою бенчмаркінгу. Вони включають: бенчмаркінгові клуби, дослідження, зворотний інжиніринг, відвідування підприємств, огляди, анкети, внутрішні джерела, джерела загального користування.

Бенчмаркінг дозволяє – і в цьому його сила – звернути увагу на ділянки, що вимагають вдосконалення, прискорити впровадження інновацій та провести зміни там, де це необхідно.

На прикладі ДП Адідас-Україна нами було проведено опитування користувачів спортивних товарів та було визначено рейтинг конкурентоспроможних фірм даної галузі.

Було запропоновано оцінити ніжче наведені компаніями за такими критеріями як ціна, довіра з боку споживачів, імідж, маркетингова кампанія, диференційовані властивості за 10-ти бальною шкалою. Результати було апробовано та сформовано таблицю 2.

Таблиця 2 - Рейтинг конкурентоспроможних фірм

Фірма	Ціна, грн	Віра з боку споживачів	Імідж	Маркетингова кампанія	Диференційовані властивості	Всього:
Nike	8	10	10	10	10	58
Adidas	8	9	10	9	9	54
Reebok	9	8	8	8	8	49
Puma	8	7	8	8	7	46
Converse	8	6	7	7	6	41
Columbia	7	5	7	7	6	39

Із таблиці ми бачимо, що товари з управління ефективністю діяльності підприємства найконкурентнішими властивостями це товари компанії Nike, на другому місці компанія Adidas відповідно, далі Reebok, Puma та інші. Виходячи з вище сказаного стратегічні цілі функціонування «Adidas» направлені на те щоб наздогнати лідера ринку Nike, та збільшити відрив від свого найближчого переслідувача Reebok. Далі виходячи з дослідження ми

склали пропозиції щодо поліпшення ефективності підприємства.

Таблиця 3 - Пропозиції щодо поліпшення ефективності підприємства

Пропозиції	Соціальний результат	Показники соціальної ефективності	Економічний результат
1.Розвиток персоналу	Підвищення змістовності праці	Збільшення питомої ваги працівників, які володіють суміжними професіями	Зріст продуктивності праці на 15%
	Забезпечення узгодженості цілей працівників і адміністрації при управлінні кар'єрою	Зниження рівня плинності	
2.Мотивація поведінки персоналу	Забезпечення зв'язку між результативністю праці та винагородою	Підвищення питомої ваги працівників, що виражають задоволення системою винагороди	Зріст продуктивності праці на 15%
	Забезпечення можливостей особистого розвитку працівників	Підвищення питомої ваги працівників, що виражають задоволення працею	
3.Соціальний розвиток	Підвищення різноманітності задоволених потреб персоналу	Підвищення питомої ваги працівників, що виражають задоволення соціально-психологічної кліматом	Зріст продуктивності праці на 15%

Висновки з проведеного дослідження. Розвиток економіки як поняття та поглиблення рівню глобалізації вимагає від сучасних підприємств поліпшувати свою діяльність, а їх керівників – розвивати свої здібності. Для цього необхідно створити власний організаційно-економічний механізм управління ефективністю підприємства. Саме це поняття передбачає сукупність взаємозв'язків, що необхідні задля організації форм, структур, засобів та функцій управління для формування економічних механізмів взаємодії з зовнішнім середовищем, що сприяє підвищенню ефективності управління

виробничими процесами і загального результату діяльності підприємства.

В процесі формування власного механізму управління необхідно приймати до уваги принципи менеджменту та фактори, які можуть вплинути на результат їх запровадження, адже вони можуть бути як позитивними, так і негативними. Саме тому роль таких механізмів є дуже значною.

Багато авторів вивчали дане питання, формували власні схеми для впровадження механізмів. Проте головною їх помилкою є ігнорування впливу зовнішнього середовища на ефективність цього механізму, а також негативних наслідків його впровадження. Тому необхідно розширити тривимірну оцінку до чотирьохвимірної категорією «аналіз впливу зовнішнього середовища на механізм» та категорії «розширення» і «ліквідація» у варіантах дій.

Список літератури

- 1 Куценко А. В. *Організаційно-економічний механізм управління ефективністю діяльності підприємств споживчої кооперації України* : монографія / за ред. А. В. Куценко. Полтава : РВВ ПУСКУ, 2008. 205 с.
- 2 Жулай Г.С. Механізм управління ефективністю діяльності підприємств. *Агросвіт*. 2015. № 20. С. 94–97.
- 3 Конашук В.Л., Карпенко В.В. Визначення напрямків удосконалення господарської діяльності підприємства. Запоріжжя : Запорізька державна інженерна академія, 2014. 118 с.
- 4 Кендюхов О.В. *Організаційно-економічний механізм управління інтелектуальним капіталом підприємства* : автореф. дис. ... доктора екон. наук : 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами». Донецьк, 2013. 31 с.
- 5 Лисенко Ю., Єгоров П. Організаційно-економічний механізм управління підприємством. *Економіка України*. 2017. № 1. С. 86–87.
- 6 Дейнеко Л.В., Барканов В.І. Організаційно-економічний механізм активізації промислового розвитку [Електронний ресурс] : зб. наук. праць «Національне господарство України: теорія та практика управління» / ДУ «Інститут економіки та прогнозування НАН України». Київ., 2008. Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/NacGosp/index.html. (дата звернення: 24.10.2019).
- 7 Грузнов И.И. Эффективные организационно-экономические механизмы управления. Одесса: Полиграф, 2014. 528 с.
- 8 Шапірян О. В. Маркетинг послуг : навч. посіб. / О. В. Шапірян. – К.: Кондор, 2008. – 250 с
- 9 Вареник І. В. Конкурентоспроможність сфери послуг України URL: http://www.economyandsociety.in.ua/journal/2_ukr/9.pdf (дата звернення: 20.01.2018).
- 10 Аванесова Г. А. Сервісна діяльність: Історична і сучасна практика, підприємництво, менеджмент: навчальний посібник. М.: Аспект Пресс, 2006. С. 34
- 11 Моргулець О. Б. Менеджмент у сфері послуг: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл./ О. Б. Моргулець - К.: Центр учб. л-ри, 2012. С. 82
- 12 Єжова Л. Ф. Інформаційний маркетинг: навч. посіб. - К.: КНЕУ, 2002. С. 280-287.

References (transliterated)

- 1 Kutsenko A. V. (2008) *Orhanizatsiino-ekonomichnyi mekhanizm upravlinnia efektyvnosti diialnosti pidpriemstv spozhyvchoi kooperatsii Ukrainy* [Organizational and Economic Mechanism of Performance Management of Consumer Cooperatives of Ukraine]. Poltava : RVV PUSKU. (in Ukrainian)
- 2 Zhulai H.S. (2015) *Mekhanizm upravlinnia efektyvnosti diialnosti pidpriemstv* [The mechanism of enterprise efficiency management] *Ahrosvit* [J], no. 20, pp. 94–97.
- 3 Konashchuk V.L., Karpenko V.V. (2014) *Vyznachennia napriamkiv udoskonalennia hospodarskoi diialnosti pidpriemstva* [Visa designation of the state-owned state

- hospitality department]. Zaporizhzhia: Zaporizka derzhavna inzhenerna akademiia. (in Ukrainian)
- 4 Kendiukhov O.V. (2013) *Orhanizatsiino-ekonomichniy mekhanizm upravlinnia intelektualnym kapitalom pidpriemstva: astoref. dis. kand. ek. nauk* 08.00.04 [Organizational and economic mechanism of enterprise intellectual property management author's abstract. dis Cand. eq Sciences 08.00.04], Donetsk. (in Ukrainian)
 - 5 Lysenko Y., Yehorov P. (2017) *Orhanizatsiino-ekonomichniy mekhanizm upravlinnia pidpriemstvom* [Organizational and economic mechanism of enterprise management]. *Ekonomika Ukrainy*, no.1, pp. 86–87.
 - 6 Deineko LV., Barkanov V.I. (2008) *Orhanizatsiino-ekonomichniy mekhanizm aktyvizatsii promyslovoho rozvytku* [Organizational and economic mechanism of activation of industrial development]. *Instytut ekonomiky ta prohnozuvannia NAN Ukrainy* [Institute of Economics and Forecasting NAS of Ukraine] (electronic journal). Available at: http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/NacGosp/index.html. (accessed (24 November 2019)).
 - 7 Gruznov I.I. (2014) *Effektivnye organizatsionno-ekonomicheskie mekhanizmy upravleniya* [Effective organizational and economic management mechanisms]. Odessa: Poligraf. (in Russian)
 - 8 Shapirina O. V. *Marketynh posluh: [Marketing services]* navch. posib. – Kiev: Kondor, 2008. – 250 p.
 - 9 Varenik I. V. *Konkurentospromozhnist sfery posluh Ukrainy* URL: http://www.economyandsociety.in.ua/journal/2_ukr/9.pdf (data zvernennia: 20.01.2018).
 - 10 Avanesova H. A. *Servisna diialnist: Istorychna i suchasna praktyka, pidpriemnytstvo, menedzhment: navchalnyi posibnyk* .[Service activities: Historical and contemporary practice, entrepreneurship, management] Moscow: Aspekt Press, 2006. p. 34
 - 11 Morhulets O. B. *Menedzhment u sferi posluh: [Management in the field of services]* navch. posib. dlia stud. vyshch. navch. zakl - Kiev: Tsentri uchb. l-ry, 2012. p. 82
 - 12 Yezhova L. F. *Informatsiinyi marketynh: navch. posib. [Information Marketing]* - Kiev: KNEU, 2002. pp. 280-287

Надійшла (received) 01.11.2020

Відомості про авторів /Сведения об авторах / About the Authors

Кобелев Валерій Миколайович (Кобелев Валерий Николаевич, Kobieliev Valerii Nikolaevich) – кандидат економічних наук, доцент, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», доцент кафедри економіки та маркетингу; місто Харків, Україна; ORCID: 0000-0001-6576-9759; e-mail: v.n.kobelev@gmail.com

Бибченко Анна Валентинівна (Бибченко Анна Валентиновна, Bybchenko Anna Valentinovna) – Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», студент; місто Харків, Україна; e-mail: anyaanenka222@gmail.com

УДК 339.8 3029

doi: 10.20998/2519-4461.2020.5.8

E.D. SHEIANOVA**ESTIMATING ECONOMIC EFFICIENCY OF ENTERPRISE FUNCTIONING**

The article analyzes the essence and significance of the mechanism for assessing the efficiency of production activities. The main aggregate indicators of comprehensive assessment of economic efficiency of enterprises are identified. The main approaches to assessing the efficiency of production activities of the enterprise are analyzed and systematized. The use of econometric modeling is proposed to increase the reliability of the assessment of production efficiency. Improved theoretical foundations of the concept of "efficiency of the enterprise" as a property and ability of the enterprise to formulate and achieve its goals, taking into account the influence of external factors and using internal operating conditions, to achieve goals using all available resources and tools to solve social, environmental, budgetary and other problems of both society and the enterprise at the established ratio of expenses and results. The main theoretical and methodological approaches to assessing the economic efficiency of enterprises are considered. The main approaches to assessing the efficiency of production activities of the enterprise are analyzed and systematized. The use of econometric modeling is proposed to increase the reliability of the assessment of production efficiency. The expediency of such an assessment by determining the dependence of the efficiency of production activities on the partial indicators of the evaluation mechanism in modern industrial enterprises by traditional and multifactorial approaches is substantiated. The main elements of the assessment of the efficiency of production activities of the enterprise are identified and the integrated indicator of the assessment of the efficiency of production activities is determined. The expediency of such an assessment by determining the dependence of the efficiency of production activities on the partial indicators of the evaluation mechanism in modern industrial enterprises by traditional and multifactorial approaches is substantiated. The main elements of the assessment of the efficiency of production activities of the enterprise are identified and the integrated indicator of the assessment of the efficiency of production activities is determined. The article examines the main approaches to establishing the essence of economic attractiveness and economic efficiency of investment projects. Methodical approaches to assessing the economic attractiveness and cost-effectiveness of investment projects are explored. The main stages of evaluating the economic attractiveness and efficiency of the investment project have been established.

Keywords: economic efficiency; development; criterion for evaluation of efficiency; efficiency; rational use; benefits; essence.

Е.Д. ШЕЯНОВА**ОЦІНКА ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИРОБНИЧОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ**

У статті проаналізовано сутність та значення механізму оцінки ефективності виробничої діяльності. Визначено основні агреговані показники комплексного оцінювання економічної ефективності підприємств. Проаналізовано і систематизовано основні підходи до оцінки ефективності виробничої діяльності підприємства. Запропоновано використання економетричного моделювання для підвищення достовірності оцінки ефективності виробничої діяльності. Удосконалено теоретичні засади поняття «ефективність діяльності підприємства» як властивості та здатності підприємства формувати і досягати своїх цілей, враховуючи вплив зовнішніх чинників і використовуючи внутрішні умови функціонування, досягати поставлених завдань, використовуючи всі наявні ресурси й засоби для розв'язання соціальних, екологічних, бюджетних та інших проблем як суспільства, так і підприємства за встановленого співвідношення витрат і результатів. Розглянуто основні теоретико-методичні підходи до оцінювання економічної ефективності підприємств. Проаналізовано і систематизовано основні підходи до оцінки ефективності виробничої діяльності підприємства. Запропоновано використання економетричного моделювання для підвищення достовірності оцінки ефективності виробничої діяльності. Обґрунтовано доцільність здійснення такої оцінки шляхом визначення залежності ефективності виробничої діяльності від часткових показників механізму оцінювання на сучасних промислових підприємствах за традиційним та багатofакторним підходами. Виділено основні елементи оцінки ефективності виробничої діяльності підприємства та визначено інтегральний показник оцінки ефективності виробничої діяльності. Обґрунтовано доцільність здійснення такої оцінки шляхом визначення залежності ефективності виробничої діяльності від часткових показників механізму оцінювання на сучасних промислових підприємствах за традиційним та багатofакторним підходами. Виділено основні елементи оцінки ефективності виробничої діяльності підприємства та визначено інтегральний показник оцінки ефективності виробничої діяльності. У статті досліджені основні підходи до встановлення сутності економічної привабливості та економічної ефективності інвестиційних проектів. Встановлено, що мета оцінювання економічної привабливості – встановлення результативності використання ресурсів суспільства в межах проекту, економічної ефективності – оцінка доцільності використання дефіцитних (обмежених) ресурсів суспільства у рамках конкретного проекту.

Ключові слова: економічна ефективність; розвиток; критерій оцінки ефективності; результативність; раціональне використання; переваги; сутність.

Э.Д. ШЕЯНОВА**ОЦЕНКА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ**

В статье проанализированы сущность и значение механизма оценки эффективности производственной деятельности. Определены основные агрегированные показатели комплексной оценки экономической эффективности предприятий. Проанализированы и систематизированы основные подходы к оценке эффективности производственной деятельности предприятия. Предложено использование эконометрического моделирования для повышения достоверности оценки эффективности производственной деятельности. Усовершенствованы теоретические основы понятия «эффективность деятельности предприятия» как свойства и способности предприятия формулировать и достигать свои цели, учитывая влияния внешних факторов и используя внутренние условия функционирования, достигать поставленных задач, используя все имеющиеся ресурсы и средства для решения социальных, экологических, бюджетных и других проблем как общества, так и предприятия при установленном соотношении затрат и результатов. Рассмотрены основные теоретико-методические подходы к оценке экономической эффективности предприятия. Проанализированы и систематизированы основные подходы к оценке эффективности производственной деятельности предприятия. Предложено использование эконометрического моделирования для повышения достоверности оценки эффективности производственной деятельности. Обоснована целесообразность осуществления такой оценки путем определения зависимости эффективности производственной деятельности от частных показателей механизма оценки на современных промышленных предприятиях по традиционному и многофакторным подходам. Выделены основные элементы оценки эффективности производственной деятельности предприятия и определены интегральный показатель оценки эффективности производственной деятельности. Обоснована целесообразность осуществления такой оценки путем определения зависимости эффективности производственной деятельности от частных показателей механизма оценки на современных промышленных предприятиях по

© Е.Д. Шеянова, 2020

традиционному и многофакторным подходами. Выделены основные элементы оценки эффективности производственной деятельности предприятия и определены интегральный показатель оценки эффективности производственной деятельности. В статье исследованы основные подходы к установлению сущности экономической привлекательности и экономической эффективности инвестиционных проектов. Установлено, что цель оценки экономической привлекательности - установление результативности использования ресурсов общества в рамках проекта, экономической эффективности - оценка целесообразности использования дефицитных (ограниченных) ресурсов общества в рамках конкретного проекта.

Ключевые слова: экономическая эффективность; развитие; критерий оценки эффективности; результативности; рациональное использование; преимущества; сущность.

Introduction. The problem of production efficiency has always been one of the most important economic problems science. Interest in it arises at different levels economic management - from private enterprise owners to heads of state.

The current stage of development of market relations in Ukraine requires domestic entities management of active actions for increase efficiency of their functioning. Continuous enterprise development is the key to efficiency and performance of the enterprise.

It is the efficiency of operation that maintains a high level of competitiveness business entity [1, p. 115–118].

In modern conditions, in times of great competition, the goal of business entities is to obtain maximum profits with minimum costs, the main task of managers at all levels there are not so many quantitative indicators activities of the enterprise, how many of them are high quality characteristics, management efficiency.

Setting objectives. The purpose of the article is the study and improvement of methodological support for the evaluation of economic efficiency development of sugar beet production enterprises for their survival in the realities of a market economy and integration into the world economic system.

Results. The problem of efficiency of subjects management is devoted to a large number works of foreign scientists, in particular, N. Menkew, K. McConnell, S. Brew, P. Drucker, A. Tender, D. Sink and others. In turn, the issues of efficiency and effectiveness of production were studied by such domestic scientists, as A. Zagorodniy, O. Ivanilov, V. Kulishov, L. Melnyk, E. Mnykh, V. Osipov, E. Pelikhov, A. Podderogin, V. Tkachuk and others. The decisive factor in the economic and social development of society is to improve the efficiency of the functioning of enterprises agricultural production. The concept of economic efficiency of enterprises as universal for all types of economic activity categories characterizes [2, p. 52].

To evaluate cost effectiveness production uses the criterion and system economic indicators. The criterion is a sign on the basis of which the activity is evaluated or the parameters for the future are determined.

The use of new and production technology, the prevention of unnecessary costs, disadvantages in work is to find reserves of increase efficiency and survival in competition, strengthening market positions. Methodical approach to determining performance businesses remain well known: results of operations are compared with costs or the resources that provided this result.

Presentation of the main research material. Analysis of the scientific literature shows that economic efficiency is a complex and multifaceted category of modern economics, which arose simultaneously with the

formation of the period material production and which does not have an unambiguous definition and interpretation and depends on the optimally justified ratio of costs and production results. IN the process of scientific research must be addressed attention to assessing the efficiency of enterprises as the final stage of financial and management analysis of economic activity of enterprises.

Evaluation of economic efficiency of production and economic activities of enterprises is carried out using a set of different scientific sound and interrelated indicators, providing a comparative description of the costs that were used to produce products with the final results. Today, there is no single defined system indicators, as well as their classification, based on which can conduct a detailed analysis of economic efficiency of enterprises.

Determining the essence of the efficiency of the enterprise will help delimitation and a clear definition of such categories as the result of the enterprise, the effect, the efficiency of the enterprise and the criterion of efficiency [3, p. 63–76].

Evaluation of the functioning of the enterprise determined by the characteristics of this activity and generally characterizes the consequences of its activities in operational, investment, financial, social, environmental, scientific and technical and others areas. Operational results can be determined taking into account the amount produced (sold) products. But not always an estimate activity is due to the number of quality products. In most cases, the operation of the enterprise is of poor quality products (lack).

Marriage is a negative, but still a result. The results of financial activities can be received payment for rent of the basic funds, dividends and interest received, income from equity participation in the activities of other enterprises, etc. To scientific and technical results include income from the sale of rights to create intellectual property in the enterprise property.

Social, environmental and other non-economic the results of the operation of the enterprise are taken into account in the calculations of efficiency, if they have a value expression. Social and environmental performance of the enterprise may be negative. Example, the consequences of the activities of the enterprise that pollutes the environment, or social the consequences of automation of the production sphere on an enterprise located in a region that has a surplus of labor, provided that such mechanization will be accompanied by a reduction in the number of employees.

Effect - a concept that depicts excess performance over costs for a certain period. The effect is characterized by indicators differing in the content of costs and results and ways to determine the costs and results incurred in

different periods. But the absolute value effect, as a rule, does not indicate the level of efficiency of the enterprise. The effect of the activity can be the same and the degree level use of borrowed resources - different.

The efficiency of the enterprise is the concept that determines the relevance of the results and costs of the enterprise for the purposes of activity and interests of owners [3, p. 61]. The concept of "efficiency" involves comparing the results of activities with the amount of costs. Because the company is an open system and operates in within a certain national economy, the problem the effectiveness of its activities can be considered from different positions.

Quite often the results of the project are reflected not only in the clear benefits and costs of society, but also in the insignificant manifestations of these indicators, which are quite difficult to quantify.

When selecting and evaluating projects, they are determined the most significant insignificant benefits and costs that are trying to quantify.

If it is impossible to make an accurate quantitative estimation of the implicit costs and benefits of the project, which reflect their social significance, succeed to the assessment of the minimum benefits that justify the necessary decision costs about the feasibility of the project.

The economic consequences of projects usually include:

- reduction of prices for individual goods and services due to new sales channels, improvement production technologies;
- elimination of shortages of certain goods;
- optimization of consumption patterns, which corresponds to the level of development of society [4, p. 89].

An example of the external influence of the project be a reduction in the cost of operating road transport after the implementation of the project reconstruction of highways. Cost reduction is usually accompanied by a reduction prices set by the manufacturer for the consumer.

Consumers benefit when prices fall - the ability to use real savings revenue for other goods or increase consumption of these products. Projects focused on lowering market prices increase project returns by the value of consumer surplus growth.

Consumer surplus is the difference between the maximum price that the consumer is ready pay per unit of production and the real one the amount of price he actually paid

Unlike the project financier, the economist determines all the externalities (side effects) that accompany him. Under the externalities understand all the benefits and costs it entails project and which have no direct impact for the project and therefore not included in its financial analysis. Side effects can be as both positive and negative. Existing types effects and their possible manifestations.

The effects of changing distribution channels (advertising, direct sales)

1. Population dissatisfaction
2. Increased aggression

3. Invasion of privacy

4. Violation of social norms

But we must strive to identify and evaluate the most important of them, and to consider their qualitative aspect.

In cases where projects have a direct impact on society, such as the development of district infrastructure, the creation of additional jobs, there is a multiplicity an effect that reflects the interdependence of investment and income.

The project can have both positive and negative consequences. For example, creating new workers places leads to increased solvency population, which will increase the level of national income, increase the income budget. Increasing solvency gives the impetus for the development of new industries, which initially produce consumer goods and then industrial products. However, an assessment of these effects have the danger of a double result unreasonable overestimation of the project impact level.

In order to avoid repeated consideration of the positive and negative effects of the project results on the economies of the regions and regions, countries in overall, they use calculated metrics animations for specific sectoral, cross-sectoral and regional development models.

The methodology of economic evaluation of the project gives be able to use a rich methodological arsenal and tools to determine the feasibility of implementing the project in terms of overall welfare. However, it should be remembered that the analyst who prepares the economic analysis, plays the role an expert on the effectiveness of macroeconomic policy of a country whose conclusions and evaluations are of interest for finding new benefits to society in within the framework of national development [5, p. 324].

Calculation of raw material costs

The systems approach involves finding the necessary tools, evaluated in absolute or relative categories, and external productivity enterprises.

Analyzing the works of domestic and foreign scientists, we note that the question is increase the economic efficiency of production and the choice of a system of indicators for analysis are comprehensively studied. Next we will consider system of aggregate indicators for evaluation.

Conclusions. In order to fully analyze the activities of the enterprise, to do clear conclusions about its condition, it is necessary to consider the system of indicators as a whole. Indexes, which characterize the enterprise, it is necessary analyze in the dynamics, the optimal period for comparison of indicators the period of time in 3–5 years is considered as it is possible to trace this or that dynamics accurately for this period, while identifying certain patterns on the basis of which to formulate an action plan to eliminate existing deviations.

To evaluate economic efficiency sugar beet production is used a system of indicators, which is due to its specificity, versatility and dependence on a number various natural, production and technological and economic groups of factors.

Improving the efficiency of the sugar beet complex involves strategic approaches to analyze the situation on the domestic and global sugar markets, solving the real

state support for manufacturers, controlled imports, removal of customs restrictions on export operations.

Agriculture cannot normally to develop without external financial support. Businesses in the industry should not only have access for short-term but also for long-term loans, without which the restoration of their material base is not possible. Investment needs to be strengthened attractiveness of the industry, including working on attracting foreign investment.

The determination of the economic attractiveness of the project is linked to the assessment it in terms of the possibility of achieving certain economic goals of the country's development. Rating the economic efficiency of the project is carried out with to determine the effectiveness of the use of community resources within the project.

To determine the economic value of the project use the concept of alternative cost, shadow prices, insignificant benefits and costs, transfer payments, consumer surplus and externalities. Finding out the economic value the project provides an opportunity to assess how much the benefits outweigh its costs to society, what will be the value of the nation's benefits in the event of the project.

Research on the impact of the project on the economy the country should be accompanied by identification of the side effects of the project and their consequences. Analysts should only track and measure the most important externalities as they evaluate everything the side effects of the project are almost impossible, and inappropriate.

The implementation of the project can contribute to the reduction prices for consumer goods and services (increase consumer surplus), elimination of shortages of any commodity, development of infrastructure of districts, creating more jobs and more. Such economic results should be taken into account when evaluating the cost effectiveness of the project.

This is especially important in modern conditions in connection with the adaptation of industrial enterprises to the dynamics of market conditions under the influence of various factors of uncertainty and risk. Modern production is a complex dynamic system of stream processes, characterized by a multitude of variable parameters and variables. Functioning in a market economy, production systems are influenced by various types of external and internal disturbing factors that reduce their effectiveness. Environmental factors, having an unequal degree of structure, have a diverse effect on business processes in the production system at various levels of formation of management decisions.

The development trend of industrial enterprises, especially those producing high-tech products, shows that the transition begins from "lean" production to the so-

called "active", which has the ability to successfully operate in poorly predictable, rapidly changing conditions with elements of uncertainty.

Currently, two main factors determine the development of the countries of the world community - the sufficiency of raw materials (energy) resources and the level of development of high-tech products. The presence and effective use of at least one of these factors is a necessary condition for the successful development of the country in the short and medium term, but insufficient for the long term. With a certain degree of approximation, this situation can be transferred to individual enterprises and large-scale projects.

Список літератури

1. Куценко А. В. Організаційно-економічний механізм управління ефективністю діяльності підприємств споживчої кооперації України: монографія / А. В. Куценко. – Полтава: РВВ ПУСКУ, 2008. – 205 с.
2. Говорущко Т.А. Управління ефективністю діяльності підприємств на основі вартісно-орієнтованого підходу [монографія] / Т.А. Говорущко, Н.І. Клімаш. – Київ. : Логос, 2015 – 229 с.
3. Гончарук А.Г. Управління ефективністю діяльності підприємства виноробної галузі / А.Г. Гончарук.//Економіка харчової промисловості – 2014. -№1(21). — С. 25-29.
4. Лазарева Н.О. Про розуміння управління ефективністю діяльності підприємства / Н.О. Лазарева // Економічний вісник Донбасу. — 2015. — No 2 (40). — С. 105-109.
5. Armstrong M. Armstrong's Handbook of Performance Management: An Evidence-Based Guide to Delivering High Performance / M. Armstrong. – London: Kogan Page, 2015. – 416 p

References (transliterated)

1. Kutsenko A. V. Orhanizatsiino-ekonomichnyi mekhanizm upravlinnia efektyvnosti diialnosti pidpriemstv spozhyvchoi kooperatsii Ukrainy [Organizational and Economic Mechanism for Managing the Efficiency of Ukrainian Consumer Cooperatives]: monohrafiia. – Poltava: RVV PUSKU, 2008. – 205 p.
2. Hovorushko T.A. Upravlinnia efektyvnosti diialnosti pidpriemstv na osnovi vartisno-orientovanoho pidkходу [Managing the performance of enterprises based on a value-based approach]: [monohrafiia] – Kyiv. : Lohos, 2015 – 229 p.
3. Honcharuk A.H. Upravlinnia efektyvnosti diialnosti pidpriemstva vynorobnoi haluzi [Management of the activity of the enterprise of the wine industry] Ekonomika kharchovoi promyslovosti [The economy of the food industry] – 2014. –no 1(21). — pp. 25-29.
4. Lazareva N.O. Pro rozuminnia upravlinnia efektyvnosti diialnosti pidpriemstva [About understanding of the management of the effectiveness of the enterprise] Ekonomichnyi visnyk Donbasu. [Economic Bulletin Donbass] — 2015. — no 2 (40). — pp. 105-109.
5. Armstrong M. Armstrongs Handbook of Performance Management: An Evidence-Based Guide to Delivering High Performance[Armstrong's Handbook of Performance Management: An Evidence-Based Guide to Delivering High Performance] /. London: Kogan Page, 2015. – 416 p

Надійшла (received) 01.11.2020

Відомості про авторів /Сведенияобавторах / About the Authors

Шеянова Єліна Дмитрівна (Шеянова Элина Дмитриевна Sheianova Elina Dmytrivna) – a 5-year student at National Technical University «Kharkiv Polytechnic Institute», e-mail: sheianovaelina@gmail.com.

УДК 330.3

doi: 10.20998/2519-4461.2020.5.12

М. В. ЛІТВИНЕНКО, К. В. КАРПУТОВА, О. І. АЛФІМЦЕВА**СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ОРГАНІЗАЦІЇ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ**

В статті розглянуто сучасний стан малого бізнесу в Україні. Проаналізовано динаміку розвитку чисельності приватних підприємств за останні роки. Встановлено, що порівняно з розвиненими країнами, українське підприємництво є недостатнім і потребує значного вдосконалення, а потенціал підприємництва не може бути повною мірою реалізований в Україні через несприятливе економічне та правове середовище для ведення бізнесу. Описано основні нововведення у бізнесі та їх вплив на функціонування ділового сектору української економіки, зокрема у сфері застосування реєстраторів розрахункових операцій у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг з урахуванням підтримки платників податків на період здійснення заходів, спрямованих на запобігання виникненню і поширенню коронавірусної хвороби COVID-19. У процесі дослідження виявлено позитивні і негативні тенденції та зміни, визначено перспективи розвитку підприємницьких структур. Узагальнено основні перешкоди для започаткування власного бізнесу, запропоновано варіанти їх вирішення комерційним суб'єктам. Визначено державні пріоритетні напрямки політики в галузі розвитку малого бізнесу, спрямовані на підвищення конкурентоспроможності національної економіки. Обґрунтовано пропозиції щодо підвищення ефективності підтримки та визначення стратегічних напрямів розвитку малого підприємництва в Україні. Показано, що стимулювання збільшення малого бізнесу сприятиме зростанню економіки країни в цілому, зокрема, надходження сплати податків від підприємницької діяльності ФОПів зміцнює фінансово-економічний потенціал України.

Ключові слова: малий бізнес; фізична особа-підприємець; приватний бізнес; підприємництво; економіка; тенденції; державна підтримка малого бізнесу.

М. В. ЛИТВИНЕНКО, К. В. КАРПУТОВА, А. И. АЛФИМЦЕВА**СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ОРГАНИЗАЦИИ СОБСТВЕННОГО БИЗНЕСА В УКРАИНЕ**

В статье рассмотрено современное состояние малого бизнеса в Украине. Проанализирована динамика развития численности частных предпринимателей за последние годы. Установлено, что по сравнению с развитыми странами, украинское предпринимательство требует значительного совершенствования, а потенциал предпринимательства не может быть в полной мере реализован в Украине из-за неблагоприятной экономической и правовой среды для ведения бизнеса. Описаны основные нововведения в бизнесе и их влияние на функционирование делового сектора украинской экономики, в частности в сфере применения регистраторов расчетных операций в сфере торговли, общественного питания и услуг с учетом поддержки налогоплательщиков на период осуществления мероприятий, направленных на предупреждение возникновения и распространения коронавирусной болезни COVID-19. В процессе исследования выявлены положительные и отрицательные тенденции и изменения, определены перспективы развития предпринимательских структур. Обобщены основные препятствия для организации собственного бизнеса, коммерческим субъектам предложены варианты их решения. Определены государственные приоритетные направления политики в области развития малого бизнеса, направленные на повышение конкурентоспособности национальной экономики. Обоснованы предложения по повышению эффективности поддержки и определения стратегических направлений развития малого предпринимательства в Украине. Показано, что стимулирование увеличения малого бизнеса будет способствовать росту экономики страны в целом, и в частности, поступления уплаты налогов от предпринимательской деятельности ФЛП укрепит финансово-экономический потенциал Украины.

Ключевые слова: малый бизнес; физическое лицо-предприниматель; частный бизнес; предпринимательство; экономика; тенденции; государственная поддержка малого бизнеса.

M.V. LITVINENKO, K.V. KARPUTOVA, A. I. ALFIMTSEVA**MODERN TRENDS OF OWN BUSINESS ORGANIZATION IN UKRAINE**

The article examines the current state of small business in Ukraine. The dynamics of the development of the number of private entrepreneurs in recent years is analyzed. It has been established that, in comparison with developed countries, Ukrainian entrepreneurship requires significant improvement, and the potential of entrepreneurship cannot be fully realized in Ukraine due to an unfavorable economic and legal environment for doing business. The main innovations in business and their impact on the functioning of the business sector of the Ukrainian economy are described, in particular in the field of using registrars of settlement transactions in trade, catering and services, taking into account the support of taxpayers for the period of implementation of measures aimed at preventing the emergence and spread of coronavirus disease COVID-19. In the course of the research, positive and negative tendencies and changes were identified, prospects for the development of entrepreneurial structures were determined. The main obstacles to organizing their own business are summarized, options for their solution are offered to commercial entities. State priority areas of policy in the field of small business development, aimed at increasing the competitiveness of the national economy, have been determined. Proposals for improving the effectiveness of support and determining the strategic directions for the development of small business in Ukraine have been substantiated. It is shown that stimulating an increase in small business will contribute to the growth of the country's economy as a whole, and in particular, tax receipts from entrepreneurial activity of an individual entrepreneur strengthens the financial and economic potential of Ukraine.

Keywords: small business; individual entrepreneur; private business; entrepreneurship; economics; trends; state support for small business.

Вступ. Сучасне суспільство настигло великі зміни у роботі бізнесу. Через карантин у 2020 році багато фірм закрились, або збанкрутіло та не змогли підлаштуватися до змін. Але є ті, котрі зуміли збільшити свій дохід удвічі за допомогою онлайн продажу своїх товарів чи послуг. Більшість підприємств повністю змінило своє відношення до офлайн роботи та дорогих і не ефективних активів у вигляді офісів, бо онлайн – це нова тенденція

організації власного бізнесу.

Аналіз основних досягнень і літератури. Особливості розвитку власного бізнесу в Україні відображені у працях З.С. Варналія, В.Є. Вороніна, С.Г. Дриги, В.М. Геєця, Я.А. Жаліла, О.Є. Кузьміна, О.В. Кужель, Е.М. Лібанової, Д.В. Ляпіна, В.П. Петренка та інших відомих вітчизняних науковців та економістів. Однак аналіз останніх досліджень і публікацій показує, що, незважаючи на увагу різних

вчених до вивчення розвитку ділового сектору, проблеми становлення і розвиток окремих типів господарюючих суб'єктів у сучасних після карантинних вимогах, зокрема малого, вимагає подальшого дослідження. Таким чином, питання організації та адаптації малого бізнесу зараз є дуже актуальним.

Мета роботи. Дослідити сучасні тенденції розвитку малого бізнесу в Україні та визначити напрями активізації його діяльності.

Результати роботи. Бізнес – діяльність, спрямована на одержання прибутку шляхом створення, виготовлення та реалізації певної продукції чи надання послуг.

Малий бізнес – найважливіша частина ринкової економіки, яка сприяє її динамізму, активізує фінансові та виробничі ресурси, покращує темп науково-технічного прогресу, вирішує проблеми безробітного населення, а також формує економічно незалежний і стабільний середній клас.

Сьогодні держава сподівається за допомогою малого бізнесу зробити швидкі позитивні структурні зміни в економіці, подолати економічну кризу та створити умови для впровадження ринкових реформ.

Роль малого бізнесу здебільшого полягає у вирішенні проблеми зайнятості, яка проявляється у здатності малого та середнього бізнесу створювати нові робочі місця та поглинати надлишки робочої сили. Це особливо стосується сучасного стану в Україні. Адже в той час, коли у великих компаніях скорочуються робочі місця, малі компанії створюють нові робочі місця.

Основними характеристиками малих підприємств є: орієнтація на ринок та вільну торгівлю, переважне використання децентралізованих джерел фінансування, висока організаційна та функціональна гнучкість та мобільність, загальна простота організації та управління. Однак невеликий розмір бізнесу не означає реальних переваг малого бізнесу. Водночас є і негативні аспекти: обмеження капіталомістких завдань, більший вплив фінансових ризиків та менший соціальний захист працівників.

Динаміка загальних темпів зростання малого бізнесу у країні показує, що ця галузь швидко розвивається з 1991 року.

В умовах ринкової трансформації української економіки зростання підприємництва є основою економічного та соціального розвитку, вирішення соціальних проблем, подолання бідності та забезпечення високого рівня життя. З моменту здобуття Україною незалежності вітчизняне підприємництво поступово постало як окреме соціально-економічне явище. За останні майже 30 років умови ведення бізнесу в Україні суттєво змінились. Удосконалення законодавчої бази, поступовий вихід на світовий ринок, стабілізація державної економіки – все це впливає на діяльність українських та іноземних компаній, що працюють в Україні.

Аналізуючи основні бізнес-тенденції України за допомогою Державною служби статистики [1], бачимо як змінюється кількість ФОП (в табл. 1).

Наприкінці 2016 року президент України підписав зміни щодо роботи фізичних осіб-підприємців. З 1 січня 2017 року ФОПи мали сплачувати єдиний соціальний внесок – 704 гривні на місяць, навіть якщо не мали прибутку чи не вели підприємницької діяльності. Це спричинило масове закриття малих підприємств. На той час в Україні було закрито понад 300 тисяч ФОП, а відкрито – 50 тисяч, загальне падіння кількості становило 250 тисяч ФОП.

Впродовж наступного року, після цих змін з'являлось мало заохочених відкрити власну справ, але поступово кількість ФОПів збільшувалась, банки стали активніше кредитувати підприємців.

Згідно даних табл.1 на початок 2020 року кількість зареєстрованих фізичних осіб – підприємців в Україні становила 1885,9 тис. осіб, що на 107,3 тис. більше, ніж на початок 2019 року.

«Ці цифри свідчать про поживлення ділової активності на рівні мікробізнесу на спрощеній системі, і, відповідно, збільшення надходжень до бюджету від єдиного податку. Зі свого боку, податкова служба й надалі покращуватиме якість податкового сервісу, у тому числі й розширення переліку та якості електронних послуг», – зазначив Голова ДПС Сергій Верланов [2-4].

Зокрема, значно зросла кількість ФОП у спрощеній системі оподаткування. Порівняно з минулим роком кількість підприємців на спрощеній системі загалом зросла майже на 93,8 тис. осіб.

На 1 січня 2020 року зареєстровано 1,49 млн ФОП. При цьому 596 тисяч чоловік вибрали третю групу, що на 79 тисяч більше, ніж на 1 січня минулого року

Виділимо зміни, які повинні були вплинути на розвиток власного бізнесу наприкінці 2019 року. Так Законами України «Про внесення змін до Закону України від 20.09.2019 № 128-IX «Про застосування реєстраторів розрахункових операцій у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг» щодо детінізації розрахунків в сфері торгівлі і послуг» та від 20.09.2019 № 129-IX «Про внесення змін до Податкового кодексу України щодо детінізації розрахунків в сфері торгівлі і послуг» було запроваджено низку новацій у сфері застосування реєстраторів розрахункових операцій (РРО).

У зв'язку з мировою пандемією COVID-19, Законом України від 17 березня 2020 року № 533-IX «Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законів України щодо підтримки платників податків на період здійснення заходів, спрямованих на запобігання виникненню і поширенню коронавірусної хвороби» було перенесено терміни набуття чинності відповідними нормами Закону № 128-IX і Закону № 129-IX, зокрема:

1. З 1 жовтня 2020 року до 1 січня 2021 року РРО не застосовуватимуться ФОП – платниками єдиного податку другої-четвертої груп, обсяг доходу яких протягом календарного року не перевищує 1 млн. грн., крім тих, які здійснюють реалізацію технічно складних побутових товарів, що підлягають гарантійному ремонту і реалізацію лікарських засобів та виробів медичного призначення.

Таблиця 1 – Кількість підприємств у 2012-2020 р.р

Кількість суб'єктів підприємницької діяльності суб'єктів	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.	2017 р.	2018 р.	2019 р.	2020 р. (початок)
фізичні особи-підприємці, тис.	1235,2	1328,4	1591,2	1630,9	1559,2	1466,8	1483,7	1778,6	1885,9

2. З 1 січня 2021 року запроваджується механізм «КЕШБЕК». Передбачається впровадження процедури компенсації споживачу коштів, сплачених за придбаний товар (послугу), якщо такому споживачу було надано розрахунковий документ, інформація щодо якого відсутня в базах даних ДПС. Тобто, споживач, який здійснив покупку та отримав чек, має можливість перевірити його. Якщо він не фіскалізований – подати скаргу та повернути 100 % вартості придбаних товарів (після запуску кешбеку).

3. З 1 січня 2021 року по 1 квітня 2021 року РРО буде обов'язковим для застосування ФОП – платниками єдиного податку, що здійснюють:

- реалізацію товарів (надання послуг) через мережу Інтернет;
- реалізацію технічно складних побутових товарів, що підлягають гарантійному ремонту;
- реалізацію лікарських засобів, виробів медичного призначення та надання платних послуг у сфері охорони здоров'я;
- реалізацію ювелірних та побутових виробів з дорогоцінних металів, дорогоцінного каміння, дорогоцінного каміння органогенного утворення та напівдорогоцінного каміння;
- роздрібну торгівлю вживаними товарами в магазинах (група 47.79 КВЕД);
- діяльність ресторанів, кафе, ресторанів швидкого обслуговування;
- діяльність туристичних агентств, туристичних операторів;
- діяльність готелів і подібних засобів тимчасового розміщення (група 55.10 КВЕД).

4. З 1 квітня 2021 року зобов'язані будуть використовувати РРО всі ФОП – платники єдиного податку, крім платників єдиного податку першої групи та ті підприємці, які застосовують виключно безготівкові розрахунки (тобто отримуватимуть кошти виключно на свій поточний рахунок шляхом або перерахування їх покупцями з їхніх поточних рахунків без застосування платіжних карток, або внесення покупцями коштів в касу банків для зарахування на поточний рахунок продавців). При цьому, суб'єкти господарювання, які здійснюють розрахункові операції в готівковій та/або в безготівковій формі (із застосуванням платіжних карток, платіжних чеків, жетонів тощо) при продажу товарів (наданні послуг) у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг, а також операції з приймання готівки для подальшого її переказу – зобов'язані застосовувати РРО.

Нас ще очікує стати свідками наслідків обов'язкового застосування РРО у малому бізнесі. На

нашу думку ще мала обізнаність підприємців у механізмі введення і застосування РРО у своїй діяльності призведе до нової хвилі скорочення кількості ФОПів.

Але потрібно зазначити і явно позитивні зміни у подальшому розвитку власного бізнесу в Україні. Так 17 червня 2020 року Кабінет Міністрів України ухвалив постанову «Про внесення змін до Порядку надання державної підтримки мікропідприємництва та малого підприємництва». Згідно відповідного рішення:

- пом'якшуються вимоги до обов'язкової прибутковості діючого бізнесу в попередньому податковому періоді;
- знімаються обмеження щодо напрямків використання коштів, отриманих суб'єктами підприємництва для фінансування оборотного капіталу;
- знімаються обмеження щодо максимальної суми кредиту в рамках Програми, залишивши обмеження лише по розміру держдопомоги;
- змінюється формула розрахунку базової процентної ставки у відповідності з рівнем операційних витрат банків, що дозволяє їм забезпечувати виконання програми «Доступні кредити 5-7-9%».

Важливо, мікро- та малий бізнес зможе звернутися за отриманням кредитів за новими правилами одразу після внесення Радою Фонду розвитку підприємництва відповідних змін до Програми «Доступні кредити 5-7-9%» та оновлення угод з уповноваженими банками.

Як вже було зазначено зараз загальна кількість індивідуальних підприємців становить 1,885 мільйона, але не всі з них працюють за спрощеною системою оподаткування. Деякі фізичні особи-підприємці платять податки за загальною системою, тобто розраховують прибуток і сплачують корпоративний прибутковий податок (18% від прибутку).

Аналіз ситуації щодо малого бізнесу в Україні та її регіонах виявив проблемні напрямки:

- відсутність ефективного механізму реалізації державної політики;
- неймовірно високе податкове навантаження;
- низькі ставки в процесі реформування нерухомості;
- відсутність нормативної підтримки малого бізнесу;
- недосконалість системи бухгалтерського обліку та статистичної звітності малого бізнесу, обмеженість інформаційно-консультаційної підтримки,

недосконалість системи навчання та перепідготовка кадрів для підприємницької діяльності.

Незважаючи на бар'єри, які існують на шляху відкриття власної справи, зазначимо, що є переваги, які переконують людей займатися підприємницькою діяльністю.

Ділове середовище в нашій країні нестабільне, тому потрібно адаптуватися до інновацій та приймати зважені, але швидкі рішення. Бізнес постійно змінюється, оновлюється, нові закони та нормативні акти змінюють правила гри. Також сучасний підприємець не знає, що його чекає у майбутньому та як ці зміни вплинуть на його діяльність. Але ці зміни стимулюють мати гнучкий бізнес, який у будь-який момент бути приносить прибуток.

Наприклад, коли настали карантинні заходи в Україні багато малого бізнесу закрилося, бо не змогли організувати свою діяльність по новим правилам. Але є ті, хто заробив набагато більше, ніж у звичайний час, завдяки використанню інтернет-ресурсів у своїй діяльності (відкриття інтернет-магазинів, підключення інтернет-еквайрингу) та налаштування роботи з доставкою свого товару.

У світі майже немає місця, де малий бізнес міг би працювати без продуктів та послуг. Він мобільний, реагує на зміни та вимоги ринку, характеризується високою ефективністю інвестицій та прибутковістю. Тому важливо створити оптимальні умови для відкриття бізнесу в країні, в рамках якого кожен бізнесмен може досягти своїх комерційних цілей. Це принесе користь громаді з точки зору зменшення безробіття, створення нових робочих місць, зменшення соціальної напруженості та поліпшення суспільного добробуту.

Експерти радять людям вибирати найбільш відому їм сферу діяльності, тобто улюблена справа може стати стимулом для створення компанії. У тут існують два початкові правила:

- по-перше, потрібно проаналізувати актуальність нової бізнес-ідеї у власному регіоні, тобто провести дослідження ринку та виявити, де малий бізнес може задовольнити потреби споживачів та успішно працювати на конкурентному ринку. Важливим кроком є встановлення цілей, які допоможуть сформувати складну стратегію та конкурентні переваги. Загалом, необхідно створити бізнес-план, що включає загальну інформацію про товар (послугу) та економічні основи.

- по-друге, не всі види бізнесу вимагають великих вкладень, особливо якщо це мікропідприємство і працівників немає (при цьому не потрібно буде платити за людей, оренду офісу тощо). Якщо вдасться розробити креативний бізнес-план, то можна подати заявку на участь у конкурсі та отримати грант від місцевого самоврядування, громадської організації. Можна знайти та залучити інвестора, який підтримує цю ідею, беручи участь в індивідуальних тренінгах, семінарах, лекціях та курсах оновлення.

Популярний засіб у сучасних умовах для пошуку ідей для власного бізнесу і, власне, визначення незадоволеного попиту – це Інтернет, де є матеріали у

вигляді статей, розміщених на веб-сайтах. Незважаючи на можливість отримання великої кількості корисної інформації про підприємництво у багатьох сферах завдяки сучасним умовам розвитку ІТ-технологій, можна виділити один суттєвий недолік: цей варіант пошуку інформації в реальності не задовольняє наявний попит: кількість та частота відкриття запитів «власний бізнес» та «види малого бізнесу» суттєво перевищує швидкість написання відповідних статей.

Отже, такі статті часто повторюються по суті і справді інноваційних ідей (умовно новий ринок, відкриття чогось нового і унікального), які допомогли б підприємцю зробити перші кроки там не знайдеш. Ми не заперечуємо корисність більшості статей в Інтернеті для ідей щодо відкриття власного бізнесу, однак, ймовірність відкриття бізнесу, про який ніхто більше не чув на основі такої інформації, дуже низька.

Сьогодні тенденції для початку малого бізнесу такі:

- відкриття інтернет-магазину. Практично кожен зробив покупку в Інтернеті хоча б раз у житті, і кількість клієнтів в Інтернеті зростає із кожним роком. Переваги – порівняно невеликі інвестиції та швидка окупність. Спеціальні навички: володіння електронними маркетинговими інструментами [5];

- організація доставки їжі. Дуже популярний напрямок завдяки карантинним заходам: багато співробітників працювали дома, або у офісах та не мали змоги поїсти в улюбленому ресторані на карантині. Доставка їжі стала неймовірно популярною та принесла значний дохід своїм засновникам. На сьогодні більшість працівників продовжують працювати з дому, наприклад ІТ сфера, та продовжують замовляти їжу онлайн;

- франчайзинговий бізнес. Як відомо, франшиза пропонує власнику бізнесу ряд переваг, наприклад, швидкий старт, не потрібно перевіряти бізнес-модель, перевірена методи організації роботи та участі клієнтів. Іншими словами, чим менший ризик того, що проект не буде прибутковим, тим швидший термін окупності;

- навчальні курси. Потреба в них постійна зростає, попит на вивчення мови та покращення своїх інтелектуальних або бізнес-навичок збільшується. Сьогодні стає модним займатися додатковими курсами. На момент карантину дуже не вистачало онлайн курсів і цей вид діяльності досі не повністю заповнений.

Сьогодні відкривають ФОП не тільки для реалізації послуг, а і для праці головою. Найпопулярніший КВЕД у 2020 році – ІТ-індустрія. Це найбільш прибуткова індустрія на сьогодні. Кожен школяр хоче розробляти програми та працювати над ними. Але є шанс працювати на когось, а не займатися фрілансом. Бо ФОП це один із способів обійти великі податки для юридичних осіб.

На разі існує багато технологій, для того щоб стати підприємцем в один клік. Наприклад, додаток «Дія» пропонує відкриття ФОП за 10 хвилин не виходячи з будинку [6]. При реєстрації можна

вибрати загальну чи спрощену систему оподаткування та подати заяву на реєстрацію платником податку на додану вартість (ПДВ). На сьогодні – це найшвидша реєстрація ФОП.

Однак, порівняно з розвиненими країнами, українське підприємництво є недостатнім і потребує значного вдосконалення. Потенціал підприємництва не може бути повною мірою реалізований в Україні через несприятливе економічне та правове середовище для ведення бізнесу.

З одного боку, державне регулювання підприємництва є надто складним, що вимагає дерегуляційних заходів для досягнення європейських стандартів. З іншого боку, діяльність значного шару бізнес-одиниць характеризується низькою соціальною відповідальністю. За межами країни часто трапляються випадки ухилення від сплати податків, непосильних операцій та депривації капіталу.

Кваліфікаційний рівень підприємців в Україні низький, що ускладнює перспективи їх інноваційного розвитку. Відсутність спеціальних знань у галузі комерційного навчання та неефективне управління знижують конкурентоспроможність економіки та погіршують якість її працівників.

Висновки. Малий бізнес відіграє важливу роль у підвищенні конкурентоспроможності національної економіки. Економічний та соціальний розвиток України використовується для забезпечення ефективного функціонування малого бізнесу та створення оптимальних умов для їх розвитку. Тому підтримка цього сектору повинна стати пріоритетним для уряду, забезпечуючи перехід до економіки на якісно новому рівні.

Однією з головних перешкод для розвитку підприємництва все ще залишається відсутність у підприємців коштів для розвитку власного бізнесу та високі процентні ставки за банківськими позиками. Регіональні програми підтримки малого бізнесу не були ефективними. Інфраструктура, яка характеризується нерівномірним розташуванням і функції якої обмежуються обслуговуванням підприємницької діяльності, не відповідає сучасним вимогам. Необхідно збільшити участь громадськості у прийнятті управлінських рішень щодо поліпшення ділового середовища. Розвиток державно-приватного партнерства в Україні вимагає цілеспрямованої державної політики.

Отже, проаналізувавши основні тенденції

розвитку малого бізнесу можна визначити найбільш пріоритетні напрямки стимулювання та вдосконалення ділового потенціалу в Україні:

- забезпечення стабільної системи оподаткування;
- стимулювання інвестицій та інновацій в економічний сектор;
- зменшення надмірних штрафних санкцій;
- розвиток державної підтримки підприємництва, створення потужного законодавчої бази;
- підвищення соціального забезпечення компаній;
- запровадження нових можливостей для кредитування та фінансування малого бізнесу.

Стимулювання збільшення малого бізнесу сприятиме зростанню економіки країни в цілому. Зокрема, надходження сплати податків від підприємницької діяльності ФОПів зміцнює фінансово-економічний потенціал України.

Список літератури

1. Державна служба статистики України <http://www.ukrstat.gov.ua>
2. Державна податкова служба України <https://www.tax.gov.ua>
3. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/128-20#Text>.
4. <https://ck.tax.gov.ua/media-ark/news-ark/430617.html>
5. Літвиненко О.О., Літвиненко М.В. Реалізація підприємницького потенціалу шляхом спроби створення першого власного бізнесу Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» (економічні науки). Харків: НТУ «ХПІ». 2018. № 48(1324). С. 53-59.
6. Державні послуги онлайн <https://diia.gov.ua/services/revestraciya-fop>

References (transliterated)

1. Derzhavna sluzhba staty'sty'ky` Ukrayiny` <http://www.ukrstat.gov.ua>
2. Derzhavna podatkovaya sluzhba Ukrayiny` <https://www.tax.gov.ua>
3. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/128-20#Text>.
4. <https://ck.tax.gov.ua/media-ark/news-ark/430617.html>
5. Litvy`nenko O.O., Litvy`nenko M.V. Realizaciya pidpry`yemny`cz`kogo potencialu shlyaxom sproby` stvorenniya pershogo vlasnogo biznesu [Realization of entrepreneurial potential by trying to create your first business] Visnyk Nacional'nogo tekhnichnogo universy`tetu «Kharkivs`ky`j politexnichny`j insty`tut» (ekonomichni nauky`) [Bulletin of the National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute" coll. Science, ave.]. Kharkiv: NTU «XPI». 2018. no. 48(1324). pp. 53-59.
6. Derzhavni poslugy` onlajn <https://diia.gov.ua/services/revestraciya-fop>

Надійшла(received) 03.11.2020

Відомості про авторів /Сведения об авторах / About the Authors

Літвиненко Марія Владиславна(Литвиненко Марія Владиславна, Litvinenko Marija Vladislavna) – кандидат технічних наук, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», доцент кафедри економіки і маркетингу; м. Харків, Україна; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7422-8302>, e-mail: dozeentt@gmail.com

Карпутьова Катерина Володимирівна(Карпутьова Катерина Володимирівна, Karputova Katerina Vladimirovna) – Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», студент; м. Харків, Україна; e-mail: ek.karputova@gmail.com

Алфімцева Олена Ігорівна(Алфимцева Алена Игоревна, Alfimtseva Alena Igorevna) – Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», студент; м. Харків, Україна; e-mail: dozeentt@gmail.com

О.Ю. ЛИНЬКОВА, Є.Є. ПУШКАР**ФОРМУВАННЯ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВ МОЛОЧНОЇ ГАЛУЗІ**

Стаття присвячена дослідженню сутностей та особливостей розробки товарної політики підприємств молочної галузі. Розглянуто значення та необхідність формування раціональної товарної політики як інструменту забезпечення успішності функціонування. Виявлено зниження темпів росту підприємств молочної галузі, що обумовлено несистематичним проведенням маркетингових досліджень та виробництвом товарів, які не в змозі в повній мірі задовольнити потреби споживача. Проведено огляд тлумачення поняття «товарна політика» вітчизняними авторами та запропоновано власне визначення. Визначено три основні складові товарної політики: розробка, обслуговування та елімінація товару. Розглянуто особливості кожного блоку для підприємств молочної галузі. Виявлено, що товарна політика є головною частиною маркетингових рішень, яка має об'єднувати інтереси як споживача, так і виробника. Це означає, що товар має бути цінним для покупця і водночас забезпечувати конкурентоспроможність підприємства і приносити йому відповідний прибуток. Проаналізовано, що однією з найефективніших методик формування товарної політики є матриця Бостонської консалтингової групи. На основі матриці Бостонської консалтингової групи розглянуто комплекс стратегічних дій для товарів підприємств, які мають різні темпи росту та різну долю на ринку молочної продукції. Запропоновано базові напрямки розвитку товарної політики підприємств молочної галузі. Доведено, що саме від детально розробленої товарної політики залежить задоволеність споживачів та успішна діяльність підприємств. Зроблено висновок, що через високий рівень конкуренції виробники молочної продукції мають відрізнити свій товар від товару конкурентів. Добре розроблена товарна політика є основою, на якій продукція виробляється та успішно продається. Саме тому для вдосконалення товарної політики підприємства молочної галузі мають проводити детальні маркетингові дослідження ринку молочної продукції, зосередити увагу на потребах споживачів, а також на підвищенні рівня якості та екологічності товарів, розвитку асортиментної політики та підвищення успішності логістики.

Ключові слова: товар; товарна політика; товарний асортимент; підприємство молочної галузі; конкурентоспроможність продукції; матриця BCG.

Е.Ю. ЛИНЬКОВА, Е.Е. ПУШКАРЬ**ФОРМИРОВАНИЕ ТОВАРНОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЙ МОЛОЧНОЙ ОТРАСЛИ**

Статья посвящена исследованию сущностей и особенностей разработки товарной политики предприятий молочной отрасли. Рассмотрены значение и необходимость формирования рациональной товарной политики как инструмента обеспечения успешности функционирования. Выведено снижение темпов роста предприятий молочной отрасли, что обусловлено несистематическим проведением маркетинговых исследований и производством товаров, которые не в состоянии в полной мере удовлетворить потребности потребителя. Проведен обзор толкования понятия «товарная политика» отечественными авторами и предложено собственное определение. Определены три основные составляющие товарной политики: разработка, обслуживание и элиминация товара. Рассмотрены особенности каждого блока для предприятий молочной отрасли. Выведено, что товарная политика является главной частью маркетинговых решений, которая должна объединять интересы как потребителя, так и производителя. Это значит, что товар должен быть ценным для покупателя и одновременно обеспечивать конкурентоспособность предприятия и приносить ему соответствующую прибыль. Проанализировано, что одной из самых эффективных методик формирования товарной политики является матрица Бостонской консалтинговой группы. На основе матрицы Бостонской консалтинговой группы рассмотрен комплекс стратегических действий для товаров предприятий, имеющих различные темпы роста и различную долю на рынке молочной продукции. Предложено базовые направления развития товарной политики предприятий молочной отрасли. Доказано, что именно от детально разработанной товарной политики зависит удовлетворенность потребителей и успешная деятельность предприятий. Сделан вывод, что из-за высокого уровня конкуренции производители молочной продукции должны отличать свой товар от товара конкурентов. Хорошо разработана товарная политика является основой, на которой продукция производится и успешно продается. Именно поэтому для совершенствования товарной политики предприятия молочной отрасли должны проводить детальные маркетинговые исследования рынка молочной продукции, сосредоточить внимание на нуждах потребителей, а также на повышении уровня качества и экологичности товаров, развития ассортиментной политики и повышение успешности логистики.

Ключевые слова: товар; товарная политика; товарный ассортимент; предприятие молочной отрасли; конкурентоспособность продукции; матрица BCG.

H.Y. LINKOVA, Y.Y. PUSHKAR**FORMATION OF COMMODITY POLICY OF DAIRY INDUSTRY**

The article is devoted to the study of the essence and features of the development of commodity policy of dairy enterprises. The importance and necessity of formation of rational commodity policy as a tool for ensuring the success of functioning are considered. A decrease in the growth rate of dairy enterprises was revealed due to unsystematic marketing research and production of goods that are not able to fully meet consumer needs. A review of the interpretation of the concept of "commodity policy" by domestic authors and proposed its own definition. A review of the interpretation of the concept of "commodity policy" by domestic authors conducted and proposed own definition. Three main components of product policy are identified: development, maintenance and elimination of goods. Features of each unit for the dairy industry are considered. It has been found that commodity policy is a key part of marketing decisions, which should unite the interests of both consumers and producers. This means that the product must be valuable to the buyer and at the same time ensure the competitiveness of the enterprise and bring it a corresponding profit. It is analyzed that one of the most effective methods of commodity policy formation is the matrix of the Boston Consulting Group. On the basis of the matrix Boston Consulting Group considered a set of strategic actions for goods which have different growth rates and different market share of dairy products. The basic directions of development of commodity policy of the enterprises of dairy industry are offered. It is proved that consumer satisfaction and successful operation of enterprises depend on a detailed commodity policy. It is concluded that due to the high level of competition, dairy producers should distinguish their product from the product of competitors. A well-designed commodity policy is the basis on which products are produced and sold successfully. Therefore, to improve the commodity policy enterprises must conduct detailed marketing research of the dairy market, focus on consumer needs and to increase the quality and environmental friendliness of goods, product range development and increase the success of logistics.

Keywords: goods; commodity policy; product range; dairy industry enterprise; product competitiveness; BCG matrix.

Вступ. В актуальних умовах розвитку, що відзначаються високою конкурентоспроможністю та різноманітністю вимог клієнтів, ефективне функціонування суб'єктів господарювання визначається в першу чергу рівнем успішності розробленої товарної політики, оскільки саме товар впливає на економічний стан господарюючого суб'єкта.

Необхідність вивчення потреб споживачів з метою просування продукції на ринку, зумовлює формування товарної політики підприємства як особливого напрямку діяльності.

Аналіз стану питання. Оскільки молочна галузь являється пріоритетним сегментом економіки України, то ефективне формування товарної політики підприємств даної сфери діяльності є першочерговим у розвитку економіки в цілому.

На ринку молочної продукції спостерігається жорстка конкуренція, адже підприємства пропонують аналогічні товари та майже в одному ціновому діапазоні. Особливо актуальним вдосконалення розробки товарної політики підприємств досліджуваної галузі є на даному етапі розвитку, коли темпи розвитку молочної сфери функціонування суттєво знижуються внаслідок нерентабельної їх роботи.

Мета роботи. Мета статті – дослідження сутності та процесу ефективного формування товарної політики підприємств молочної галузі, а також розробка рекомендацій вдосконалення товарної політики підприємств даної галузі.

Аналіз основних досягнень і літератури. Вивчення сфери товарної політики підприємств досить широко розглянуто у працях таких вітчизняних науковців як: Бутенко Н. В., Гаркавенко С. С., Ілляшенко С. М., Кардаш В. Я., Павленко А. Ф., Ткаченко Н. Б., та інші. Також дані проблемні питання розробки товарної політики розглянуто і у працях зарубіжних вчених, найбільш відомий з яких Філіп Котлер.

Однак, незважаючи на значну кількість розробок у даній галузі, у недостатній мірі досліджено та стандартизовано методику розробки товарної політики суб'єктів господарювання.

Викладення основного матеріалу дослідження. Успішне функціонування та рентабельна робота підприємств молочної галузі насамперед базується на відповідності характеристик молочної продукції запитам та потребам споживачів.

З цією метою виробники молочної продукції спільними зусиллями із представниками роздрібною мережі реалізації повинні безперервно та доцільно розробляти та реалізовувати успішну товарну політику, що є ключовим інструментом рентабельної діяльності виробників молочної продукції не тільки у короткотерміновому, але і у довготерміновому періоді розвитку.

Розглянемо підходи щодо визначення товарної політики різними авторами. На думку, В. Я. Кардаса товарна політика – сукупність засобів впливу на споживачів із допомогою товару [1, с. 182].

Гаркавенко С. С. вважає, що товарна політика – це комплекс заходів, у рамках якого один або кілька товарів використовуються як основні інструменти досягнення цілей фірми [2, с. 210].

Павленко А. Ф. розглядає товарну політику як комплекс заходів зі створення й управління продукцією підприємства для задоволення потреб споживачів та досягнення підприємством власних цілей [3, с. 66]. Ілляшенко С. М. дає визначення товарної політики як комплексу заходів спрямованих на орієнтацію виробництва на задоволення потреб і запитів споживачів і отримання на цій основі прибутку [4, с. 119].

На думку Бутенко Н. В. товарна політика – це комплекс заходів щодо формування ефективного, з комерційної точки зору, асортименту, спрямований на підвищення конкурентоспроможності продукції, створення нових товарів, оптимізації асортименту, продовження життєвого циклу товару [5, с. 118].

За словами Філіпа Котлера, товарна політика – це багатовимірна і складна сфера діяльності, що вимагає прийняття рішень про конкретні особливості товарної номенклатури, товарного асортименту, використання марочних назв, упаковки і послуг [6, с. 258].

Отже, ми можемо дійти висновку, що товарна політика – це багатогранний елемент маркетингової діяльності підприємства, який включає у себе сукупність цілей, завдань та дій підприємства щодо товару для досягнення власних цілей.

Науковці визначають маркетингову товарну політику як структуру, сформовану з трьох основних складових:

- розробки товару;
- обслуговування товару;
- виведення з ринку нерентабельної продукції [7].

У вказаній структурі ключовим вважається перший блок – формування товару, що може реалізовуватись як способом створення нового товару, так і вдосконалення наявного. Саме створення або модернізація товарів дають змогу підприємству: покращити свої позиції на ринку; посилити увагу більшої кількості споживачів до своєї продукції; збільшити доходи.

Виробники молочної продукції постійно повинні займатись періодичним оновленням наявної продукції шляхом підвищення рівня її корисності та зручності споживання.

Насамперед це стосується динаміки споживчих властивостей окремих типів молочної продукції: сирів, йогуртів та масла відповідно до потреб споживачів [8].

Для молочної галузі особливу роль відіграє і друга складова структури – обслуговування продукції, що зумовлено потребою забезпечення відповідних умов транспортування та зберігання молочних товарів з метою відповідності комплексу біологічних характеристик товарів вимогам споживачів.

Обслуговування молочної продукції включає успішну організацію логістики, що передбачає безпосередній вплив на рівень якості молочних товарів та потребує формування товароруху із мінімальним числом рівнів товароруху.

Третій блок структури товарної політики молочної галузі – виведення застарілих товарів. Передумовами виведення продукції молочної галузі з ринку є зменшення попиту на певні товари, зниження рентабельності продукції чи невідповідність продукції

стандартам та нормам якості, а також зниження рівня конкурентоздатності продукції [9].

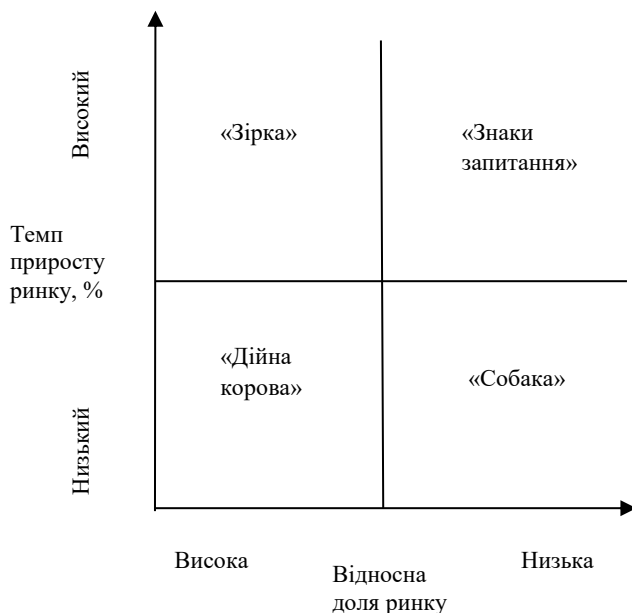
Товарна політика є головною частиною маркетингових рішень. Тільки після її детальної розробки підприємство зможе приймати рішення щодо умов та методів просування товару до споживача.

Дуже часто підприємства, розробляючи новий продукт забувають про точку зору споживача. Це призводить до того, що вироблений товар не забезпечує цінності для покупця і, як наслідок, є невдалим.

Товарна політика має об'єднувати інтереси як споживача, так і виробника. Тобто товар повинен задовольняти потреби споживача, бути цінним для нього, та забезпечувати конкурентоспроможність підприємства і принести відповідний прибуток [10].

Формування товарної політики базується на дослідженнях, що реалізуються у розрізі методик двох видів: матриця Boston consulting group (BCG) (див. рис. 1) або матриця компанії «General Electric» (McKinsey), що є удосконаленою методикою BGG [11].

Рис. 1. Матриця BCG



Компанії, що відзначаються:

- значним рівнем розвитку та високою долею ринку найменували «зірками»;
- незначним ступенем розвитку і високою долею ринку – «дійними коровами»;
- незначним ступенем розвитку та низькою долею ринку – «собаками»;
- значним рівнем розвитку і низькою долею ринку – «знаками питання».

На базі матриць BCG можна запропонувати такий комплекс стратегічних дій [12]:

- «зірки» – залишатись у константному положенні та зберігати тенденції незначного, проте стабільного зростання;
- шукати способи та інструменти заміни «собак» у разі відсутності важливих факторів їх збереження;
- для «дійних корів» організувати успішну систему моніторингу вкладень і спрямування нерозподіленого

позитивного підсумку у ефективні програми вдосконалення;

– «знаки питання» повинні бути детально досліджені з метою виявлення можливості їх реформування у «зірок».

Відповідно до Державної статистики України [13] у 2019 році Україна скоротила виробництво молока та молочної продукції на 2,3% — до 1,98 млн тон. Виробництво молока наразі становить 49%, кисломолочним продуктам належить 21%, сири складають 9,8%, морозиво – 7,9%, інші продукти (масло, сироватка, молоко згущене, молоко сухе знежирене, молоко сухе незбиране, казеїн) – 12,1%. Щодо Харківської області виробництво молока складає 30,87%, масла – 6,22%, сиру – 18%, інші молочні продукти – 44,91%.

Основними виробниками молочної продукції на ринку м. Харків та Харківської області є: ТОВ Харківський молочний комбінат (м. Харків), ТОВ Балмолоко (м. Балаклія), ПрАТ Куп'янський молочноконсервний комбінат (м. Куп'янськ), ТОВ Inmilkco (м. Зміїв). Слід побудувати матрицю БКГ (див. рис. 2) для молочної продукції Харківської області, щоб визначити їх стратегічні позиції.

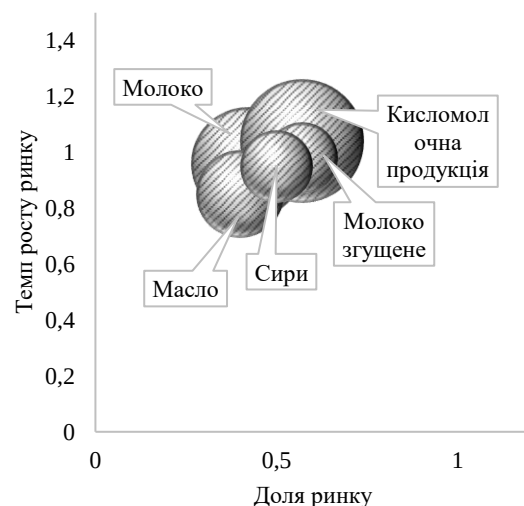


Рис. 2. Матриця BCG для молочної продукції

Після проведення аналізу видно, що молоко, масло, молоко згущене та сири відносяться до групи «Дійні корови». Вони мають високу конкурентоздатність на зрілому ринку. Основною стратегією для них є збереження своїх позицій. Кисломолочна продукція належить до «Зірок», що свідчить про високу конкуренцію. Варто замислитись над модифікацією товарів, активізацією реклами.

Вважаємо, що підприємства молочної галузі мають запровадити системний підхід до реалізації товарної політики. Базовими напрямками розвитку повинні стати:

- розширення асортименту молочної продукції;
- удосконалення системи управління якістю;
- розвиток конкурентних переваг молочних товарів підприємствами;
- зменшення витратності виробничого процесу;

– підвищення успішності логістики;
– розвиток маркетингових досліджень ринку (потреб та вимог споживачів).

Висновки. Товарна політика підприємств молочної галузі в актуальних умовах розвитку значно уповільнилась у розвитку та не відповідає вимогам і потребам споживачів. Така неефективність товарної політики зумовила зниження попиту на молочну продукцію, а, отже, і нерентабельну чи низькорентабельну діяльність суб'єктів господарювання.

Спостерігається несистематичне проведення маркетингових досліджень підприємствами молочної сфери діяльності. Дрібні підприємства орієнтуються в більшій мірі на проблеми виробничого характеру, аніж на розвиток маркетингу.

Оскільки рівень конкуренції досить високий виробники молочної продукції мають відрізнити свій товар від товару конкурентів. Тут виникає проблема товарної політики. Хороша політика щодо продуктів є основою, на якій правильна продукція виробляється та успішно продається

Вдосконалення товарної політики підприємств молочної галузі повинно у першу чергу базуватись на розвитку маркетингових досліджень ринку молочної продукції, із зосередженням базової уваги на потребах споживачів, а також на підвищенні рівня якості та екологічності товарів та розвитку асортиментної політики.

Список літератури

- Кардаш В. Я. *Маркетингова товарна політика*: підручник. – К.: КНЕУ, 2001. 240 с.
- Гаркавенко С. С. *Маркетинг*: підручник. Київ: Лібра, 2002. 712 с.
- Павленко А. Ф., Войчак А. В. *Маркетинг*: підручник. К.: КНЕУ, 2003. 246 с.
- Ілляшенко С. М. *Маркетингова товарна політика*: підручник. Суми: ВТД «Університетська книга», 2005. 234 с.
- Бутенко Н.В. *Маркетинг*: підручник. К.: Атіка, 2008. 300 с.
- Котлер Ф. *Основи маркетинга. Краткий курс. Классический учебник*. М., Вильямс, 2008. 641 с.
- Безугла Л. С., Агафонов О. Д., Гладкий Д. Р. Формування маркетингової товарної політики підприємства. [Електронний ресурс]. *Інфраструктура ринку*. 2019. № 35. С. 133-137. URL: <http://dspace.dsau.dp.ua/jspui/handle/123456789/2891>
- Аналіз молочної галузі України [Електронний ресурс]. *Асоціація виробників молока*. URL: <http://milkua.info/uk/post/analiz-molочноi-galuzi-ukraini>
- Закон України «Про молоко та молочні продукти» від 24.06.2014 р. № 1870-IV. Відомості Верховної Ради України. 2014. № 47. Ст. 513.
- Економічні, соціальні та психологічні аспекти сучасних маркетингових технологій. В. А. Фалович [та ін.] ; за ред. д.е.н, доц. В. А. Фаловича: монографія. Тернопіль: ФОП Шпак В. Б., 2019. 231 с.
- Абрамович І. А. Товарний асортимент підприємства: сутність та умови формування. [Електронний ресурс]. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2017. № 12 (1). С. 6-9. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuumevcg_2017_12\(1\)_3](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuumevcg_2017_12(1)_3).
- Рябуха І. С. Обґрунтування товарної стратегії підприємства та пошук шляхів підвищення маркетингових позицій підприємства [Електронний ресурс]. *Бізнес-навігатор*. 2014. № 3. С. 12-18. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/bnav_2014_3_4.
- Офіційний сайт «Державна служба статистики України». URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>

References (transliterated)

- Kardash V. Ya. *Marketinghova tovarna polityka* [Marketing product policy]: pidruchnyk Kiev: KNEU, 2001. 240 p.
- Harkavenko S. S. *Marketingh*. [Marketing]: pidruchnyk Kiev: Libra, 2002. 712 p.
- Pavlenko A. F., Voychak A. V. *Marketingh* [Marketing]: pidruchnyk. Kiev: KNEU, 2003. 246 p.
- Illiashenko S. M. *Marketinghova tovarna polityka* [Marketing product policy]: pidruchnyk. Sumy: VTD «Universytetska knyha», 2005. 234 p.
- Butenko N.V. *Marketingh* [Marketing]: pidruchnyk. Kiev: Atika, 2008. 300 p.
- Kotler F. *Osnovy marketingha. Kratky kurs. Klassycheskyi uchebnyk*. [Marketing Basics. Short course. Classic textbook]. Moscow, Vyl'yams, 2008. 641 p.
- Bezuhla L. S., Ahafonov O. D., Hladkyi D. R. Formuvannya marketinghovoï tovarnoï polityky pidpryyemstva. [Formation of marketing product policy of the enterprise]. *Infrastruktura rynku*. [Market infrastructure]. 2019. no 35. pp. 133-137. Available at: <http://dspace.dsau.dp.ua/jspui/handle/123456789/2891>
- Analiz molochnoi haluzi Ukrainy [Analysis of the dairy industry of Ukraine]. *Asotsiatsiia vyrobnykiv moloka*. [Association of Milk Producers.] Available at: <http://milkua.info/uk/post/analiz-molочноi-galuzi-ukraini>
- Zakon Ukrainy "Pro moloko ta molochni produkty" vid 24.06.2014 r. № 1870-IV. [Law of Ukraine "On Milk and Dairy Products" of 24.06.2014 no 1870-IV]. Information of the Verkhovna Rada of Ukraine. 2014. no 47. Art. 513.
- Ekonomichni, sotsial'ni ta psykholohichni aspekty suchasnykh marketinghovykh tekhnolohiy*. [Economic, social and psychological aspects of modern marketing technologies] V. A. Falovych [ta in.] ; za red. d.e.n, dots. V. A. Falovycha: monohrafiia. Ternopil': FOP Shpak V. B., 2019. 231 p.
- Abramovych I. A. Tovarnyy asortyment pidpryyemstva: sutnist' ta umovy formuvannya [Commodity range of the enterprise: the essence and conditions of formation]. *Naukovy visnyk Uzhhorods'koho natsional'noho universytetu. Seriya: Mizhnarodni ekonomichni vidnosyny ta svitove hospodarstvo* [Scientific Bulletin of Uzhhorod National University. Series: International Economic Relations and the World Economy]. 2017. no 12 (1). pp. 6-9. Available at: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuumevcg_2017_12\(1\)_3](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuumevcg_2017_12(1)_3).
- Riabukha I. S. Obgruntuvannya tovarnoi stratehii pidpryyemstva ta poshuk shliakhiv pidvyshchennia marketinghovykh pozytsii pidpryyemstva. [Substantiation of the product strategy of the enterprise and search for ways to increase the marketing position of the enterprise]. *Biznes-navihator*. [Business navigator]. 2014. no 3. pp. 12-18. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/bnav_2014_3_4.
- Ofitsiyni saït "Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy". [Official site of "State Statistics Service of Ukraine."]. Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua>

Надійшла (received) 12.11.2020

Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Author

Линькова Олена Юрївна (Линькова Елена Юрьевна, Linkova Helen) – кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту та оподаткування Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут»; м. Харків, Україна; e-mail: linkova.lena.yu@gmail.com

Пушкар Єлизавета Євгенівна (Пушкаръ Елизавета Евгеньевна, Pushkar Yelyzaveta) – Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», студент; м. Харків, Україна; e-mail: pushkar.elizaveta@gmail.com

О.І. МАСЛАК, М.М. ОДИНЦОВ, Я.Ю. ЯКОВЕНКО, С.С. ЗАЙЦЕВ

ІНСТРУМЕНТАРІЙ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ СТРАТЕГІЧНИМ РОЗВИТКОМ ЕКОНОМІКИ РЕГІОНУ

У статті розглянуто методологічні підходи до розв'язання проблем соціально-економічного розвитку регіонів. Досліджено механізм відтворювальних економічних процесів, що відбуваються на регіональних рівнях, стратегічне управління якими полягає у визначенні кількісних характеристик такого розвитку та оцінці особливостей впливу інвестиційних вливань в умовах реформованої української економіки. Запропоновані підходи до отримання кількісних оцінок мультиплікативних ефектів в сучасних умовах функціонування економіки. Для аналізу впливу внутрішніх капітальних інвестицій на відтворення економіки регіонів на основі стабілізації і зростання обсягів валового регіонального продукту проведено розрахунки виробничих і інвестиційних мультиплікаторів регіонів. Зокрема, доведено, що інструментами, здатними забезпечувати вирішення проблем ефективного управління стратегічним розвитком економіки регіонів є використання механізмів виробничого та інвестиційного мультиплікаторів задля оцінки впливу внутрішніх капітальних інвестицій на економічну динаміку розвитку регіону. За допомогою виробничих мультиплікаторів виявлено величину зміни ВРП при зростанні обсягу роздрібною торгівлі в регіоні. Розрахунки інвестиційних мультиплікаторів дали можливість виявити зміну виробничих мультиплікаторів та одночасно зміну ВРП за рахунок зростання капітальних інвестицій. Аналіз залежності формування рівня виробничих мультиплікаторів від інвестиційних мультиплікаторів вказав на механізм формування ВРП регіонів. В сучасній українській економіці склалася особлива закономірність, за якої в регіонах з переважанням у структурі економіки доданої вартості промисловості для стабілізації і подальшого зростання ВРП необхідний нижчий, ніж для регіонів сільськогосподарського напрямку розвитку, рівень інвестиційного мультиплікатора.

Ключові слова: валовий регіональний продукт, капітальні інвестиції, схильність до інвестування, виробничий мультиплікатор, інвестиційний мультиплікатор, структура доданої вартості регіону.

О.И. МАСЛАК, М.М. ОДИНЦОВ, Я.Ю. ЯКОВЕНКО, С.С. ЗАЙЦЕВ

ІНСТРУМЕНТАРІЙ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ СТРАТЕГІЧЕСКИМ РОЗВИТКОМ ЕКОНОМІКИ РЕГІОНА

В статье рассмотрены методологические подходы к решению проблем социально-экономического развития регионов. Исследован механизм воспроизводства экономических процессов, происходящих на региональных уровнях, стратегическое управление которыми заключается в определении количественных характеристик такого развития и оценке особенностей влияния инвестиционных вливаний в условиях реформированной украинской экономики. Предложены подходы к получению количественных оценок мультипликативных эффектов в современных условиях функционирования экономики. Для анализа влияния внутренних капитальных инвестиций на воспроизводство экономики регионов на основе стабилизации и роста объемов валового регионального продукта проведены расчеты производственных и инвестиционных мультипликаторов регионов. В частности, доказано, что инструментами, способными обеспечивать решение проблем эффективного управления стратегическим развитием экономики регионов является использование механизмов производственного и инвестиционного мультипликаторов для оценки влияния внутренних капитальных инвестиций на экономическую динамику развития региона. С помощью производственных мультипликаторов определена величина изменения ВРП при росте объема розничной торговли в регионе. Расчеты инвестиционных мультипликаторов позволили выявить изменение производственных мультипликаторов и одновременно изменение ВРП за счет роста капитальных инвестиций. Анализ зависимости формирования уровня производственных мультипликаторов от инвестиционных мультипликаторов указал на механизм формирования ВРП регионов. В современной украинской экономике сложилась особая закономерность, при которой в регионах с преобладанием в структуре экономики добавленной стоимости промышленности для стабилизации и дальнейшего роста ВРП необходим уровень инвестиционного мультипликатора ниже, чем для регионов сельскохозяйственного направления развития.

Ключевые слова: валовый региональный продукт, капитальные инвестиции, склонность к инвестированию, производственный мультипликатор, инвестиционный мультипликатор, структура добавленной стоимости региона.

O.I. MASLAK, M.M. ODINTSOV, Y.Y. YAKOVENKO, S.S. ZAITSEV

TOOLS FOR THE EFFECTIVE MANAGEMENT OF STRATEGIC DEVELOPMENT OF THE REGIONAL ECONOMY

The article deals with the methodological approaches to solving problems of socio-economic development of regions. The mechanism of reproductive economic processes occurring at the regional levels as well as determining the quantitative characteristics of such development and assess the characteristics of the impact of investment infusions in the reformed Ukrainian economy were researched. Approaches to obtaining quantitative estimates of multiplier effects in modern conditions of economic functioning were offered. Calculations of production and investment multipliers of the regions were made in order to analyze the impact of domestic capital investment on the reproduction of the economy of the regions on the basis of stabilization and growth of gross regional product. In particular it was proved that the use of mechanisms of production and investment multipliers are the tools capable of solving the problems of effective management of strategic development of regional economies in order to assess the impact of domestic capital investment on the economic dynamics of the region. The magnitude of the change in GRP with increasing retail trade in the region was made with the help of production multipliers. Calculations of investment multipliers made it possible to detect a change in production multipliers and at the same time a change in GRP due to the growth of capital investment. Analysis of the dependence of the formation of the level of production multipliers on investment multipliers indicated the mechanism of formation of GRP regions. In the modern Ukrainian economy there is a need for a level of investment multiplier (lower than for the regions of agricultural development) for the stabilization and further growth of GRP because of the regions with a predominance of value added industry in the structure of the economy.

Key words: gross regional product, capital investment, propensity to invest, production multiplier, investment multiplier, regional value added structure.

Постановка проблеми. В умовах підвищуються вимоги до обґрунтованості і надійності шляхів економічного розвитку, а також реформування національної економіки

© О. І. Маслак, М. М. Одинцов, Я.Ю. Яковенко, С.С. Зайцев, 2020

характеристики його параметрів. В цьому зв'язку досить гостро стає питання вибору методів та інструментарію оцінки управління відтворювальним процесом економічних потенціалів регіонів країни в залежності від вже сформованої структури формування доданої вартості регіону. Тобто необхідні методи, що дозволяють оперативно визначати можливості і недоліки економіки, виявляти наявні резерви з метою підвищення ефективності діяльності регіону. В якості інструментів, здатних забезпечувати вирішення проблем ефективного управління економікою регіонів пропонується використання механізмів виробничого та інвестиційного мультиплікаторів, що дають можливість отримувати оцінку впливу внутрішніх капітальних інвестицій на економічну динаміку розвитку регіону.

Актуальність дослідження. Одним із ключових напрямів реформування економіки стає пошук ефективних інструментів впливу процеси відтворення економіки регіонів. Наявність причинно-наслідкових зв'язків в економічних процесах обумовлюється існуванням ефекту мультиплікації, що полягає у впливі певних факторів на зміну результативних показників. Крім того, механізм мультиплікатора сам по собі є одним із важелів макроекономічного регулювання економічної політики на рівні держави і регіонів. Практичне застосування механізму мультиплікації дозволяє здійснити вибір найбільш прийнятних для регіону стратегічних орієнтирів розвитку, враховуючи його специфіку та можливі ризики. Попри те, що існує необхідність удосконалення системи управління стратегічним розвитком регіону, в сучасний період використання мультиплікаторів для оцінки регіональної ефективності діяльності не користується достатньою увагою і стримується в дослідженнях українських науковців з причини недостатнього теоретичного та прикладного його обґрунтування. Якраз це обумовило актуальність пропонованого дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Розробка концепції мультиплікатора розроблялася відомими економістами, особливо з яких слід відмітити таких учених як Е. Домар [1], А. Хансен [2], Р. Кан [3], Д. Хікс [4], які досліджували умови виникнення та протікання мультиплікативних ефектів в економіці. Проблеми оцінки мультиплікативних ефектів досліджували Й. Шумпетер [5], Є. Балацький [6], А. Аганбегян [7], Л. Борщ [8], Н. Третяк [9], О. Західна [10]. Разом з тим залишаються недослідженими питання впливу на економіку регіонів взаємозв'язку виробничого і інвестиційного мультиплікаторів.

Мета статті полягає у розвитку методології стратегічного управління регіональними економічними системами завдяки побудові економічної моделі, що описує процес мультиплікативного впливу внутрішніх капітальних інвестицій на стабілізацію і зростання ВРП з

урахування сформованої структури доданої вартості регіонів.

Основні результати дослідження. Стабілізація та підвищення економіки регіонів і в цілому України вимагає дослідження механізму відтворювальних економічних процесів, що відбуваються на регіональних рівнях. Якраз створення умов для стійкого розвитку стає стимулом для регіональних відтворювальних процесів і сприяє підвищенню конкурентоспроможності регіональних економічних систем. Разом з тим слід відмітити, що інвестиційна діяльність в ряді регіонів країни має стихійний характер і не проводиться виходячи із пріоритетності провідних галузей регіону. Характер інвестування, що не враховує мультиплікативні ефекти інвестицій стає причиною диспропорційності структури економічної системи окремих регіонів. При цьому в ряді регіонів країни збережена розвинута інфраструктура і достатній ресурсний потенціал для реконструкції і оздоровлення інвестиційного клімату з метою формування стратегії стійкого економічного розвитку. Для проявлення мультиплікативних ефектів в економічних системах регіонів необхідні початкові імпульси, причому джерелами виникнення цих ефектів повинні стати їх внутрішні ресурси.

Для безпосереднього опису розрахунків мультиплікаторів опишемо деякі ключові визначення. **Мультиплікатор в економіці** – чисельний коефіцієнт, що показує, у скільки разів зміняться результативні показники розвитку економіки при зростанні інвестицій або виробництва в аналізованому виді діяльності. В межах економічного аналізу можуть розрізнятися **виробничі і інвестиційні мультиплікатори**.

Мультиплікативний ефект – множення мультиплікатора на зміну обсягу виробництва, інвестицій і інших характеристик галузі. Відображає ефект від збільшення показників в аналізованому виді діяльності з урахуванням його внеску в економічну діяльність [4], [5], [6], [7], [11].

З наведених визначень видно, що більша величина мультиплікатора не завжди однозначна високому мультиплікативному ефекту. Галузі регіональної економіки мають різну вагу в сумарних показниках валового виробництва, зокрема обсягу роздрібної торгівлі або доданої вартості, що формують валовий регіональний продукт. Таким чином, при рівних темпах зміни динаміки виробництва номінальне збільшення виробництва в різних видах діяльності можуть суттєво відрізнятися. Наприклад, відсоткове зростання у приладобудуванні значно вище, ніж у добувній промисловості. Це значить, вид діяльності, що має високий коефіцієнт мультиплікатора, але при цьому має відносно нижчу вагу в економіці, повинен мати нижчий мультиплікативний ефект у порівнянні з більш значною галуззю. Теорія мультиплікатора є однією з основних теорій макроекономіки. Вона широко використовується рішень по розвитку

багатьох країн. В той же час, подібно до теорії відносності у фізиці, вона часто ігнорується для вирішення прикладних задач.

Зважаючи на чисельні позитивні і негативні наукові концепції щодо впливу мультиплікаторів на

економіку на основі наявної на даний час офіційної статистики розраховано виробничий і інвестиційний мультиплікатори та вплив кожного з них формування валового регіонального продукту (ВРП) регіонів України (табл. 1).

Таблиця 1 – Формування виробничого мультиплікатора в регіонах України (млн. грн)

	ВРП		Обсяг реалізованої продукції		Схильність до відтворення		Виробничий мультиплікатор	
	2014	2018	2014	2018	2014	2018	2014	2018
Україна	2983882	3560596	901924	930629	0,30	0,26	1,42	1,35
Вінницька	92427	111498	29264	25658	0,32	0,16	1,47	1,30
Волинська	51972	60448	21476	16344	0,41	0,14	1,69	1,37
Дніпропетровська	313830	369468	80419	85303	0,26	0,23	1,35	1,30
Донецька	166604	192296	64698	29153	0,39	0,15	1,64	1,18
Житомирська	61470	77110	23250	23593	0,38	0,30	1,61	1,42
Закарпатська	43043	52445	20213	21897	0,47	0,42	1,89	1,72
Запорізька	130377	147076	41932	38638	0,32	0,26	1,47	1,35
Франківська	63850	78443	27419	22300	0,43	0,28	1,75	1,39
Київська	157043	198160	43575	64917	0,28	0,33	1,39	1,49
Кіровоградська	53031	64436	18022	16622	0,34	0,26	1,52	1,35
Луганська	30285	35206	19750	8237	0,65	0,23	2,86	1,30
Львівська	147404	177243	45752	57825	0,31	0,33	1,45	1,49
Миколаївська	69371	79916	23448	22555	0,34	0,28	1,52	1,39
Одеська	149530	173241	60670	69197	0,40	0,40	1,67	1,67
Полтавська	150904	174147	26399	30929	0,17	0,18	1,20	1,22
Рівненська	48836	56842	19652	17360	0,40	0,30	1,67	1,43
Сумська	56530	68489	19190	19465	0,34	0,28	1,52	1,39
Тернопільська	40747	49133	16737	13083	0,41	0,27	1,69	1,37
Харківська	187454	233321	71733	72518	0,38	0,31	1,61	1,45
Херсонська	47868	55161	21208	21739	0,44	0,39	1,78	1,64
Хмельницька	63882	75646	22286	20566	0,35	0,27	1,54	1,37
Черкаська	73176	93315	23994	22495	0,33	0,24	1,49	1,32
Чернівецька	28591	33903	14637	15170	0,51	0,45	2,04	1,82
Чернігівська	56672	70624	18422	17973	0,32	0,25	1,47	1,33
м. Київ	357377	833069	127778	177101	0,36	0,21	1,56	1,26

З розрахунків виробничого мультиплікатора видно, за період з 2014 до 2018 року як у цілому по країні так і у переважній частині регіонів, незважаючи на зростання показників ВРП і обсягів реалізованої продукції, відбулося значне скорочення цього показника. У цей же час сумарний економічному потенціал підприємств Київської, Львівської, і Полтавської областей вдалося зберегти хоча і незначними (2 – 7 %) темпи зростання ВРП за рахунок збільшення обсягів роздрібною торгівлі.

За теоретичними постулатами та науковими і прикладними висновками багатьох дослідників

основною зростання економіки країн і регіонів вважаються інвестиційні впливання. Зокрема Й. Шумпетер підкреслював, що фактори виробництва майже завжди діють одночасно. Тому і інвестиційні процеси повинні здійснюватися одночасно з наявними факторами, а відносини інвестиційної активності економічних суб'єктів повинні розвиватися практично одночасно з нарощуванням всіх видів ресурсів. На основі існуючої апробованої багатьма дослідниками методики розраховано за 2014 р. та 2018 р. інвестиційний мультиплікатор регіонів України (табл. 2).

Таблиця 2 – Формування мультиплікатора інвестицій в регіонах України (млн. грн.)

	ВРП		Капітальні інвестиції		Схильність до інвестування		Інвестиційний мультиплікатор	
	2014	2018	2014	2018	2017	2018	2017	2018
Україна	1586915	3560596	219420	578726	0,14	0,16	1,16	1,19
Вінницька	43919	111498	5675	17627	0,13	0,16	1,14	1,19
Волинська	24195	60448	3390	8686	0,15	0,14	1,16	1,16
Дніпропетровська	176540	369468	20357	60289	0,14	0,16	1,16	1,19
Донецька	119983	192296	13155	26979	0,11	0,14	1,11	1,16
Житомирська	29815	77110	2905	8742	0,10	0,11	0,14	1,12
Закарпатська	24120	52445	2639	7501	0,11	0,14	1,15	1,16
Запорізька	65968	147076	7035	15732	0,12	0,11	1,14	1,12
Івано-Франківська	37643	78443	6837	9394	0,18	0,12	1,18	1,14

Київська	79561	198160	19653	40713	0,25	0,20	1,28	1,25
Кіровоградська	28758	64436	3122	7181	0,11	0,11	1,16	1,12
Луганська	31393	35206	5223	3219	0,17	0,09	1,12	1,10
Львівська	72923	177243	9555	28996	0,13	0,16	1,20	1,19
Миколаївська	35408	79916	3771	10099	0,11	0,13	1,19	1,15
Одеська	74934	173241	9361	23788	0,12	0,14	1,18	1,16
Полтавська	69831	174147	8828	18637	0,13	0,11	1,12	1,12
Рівненська	28724	56842	2805	7228	0,10	0,13	1,14	1,15
Сумська	30397	68489	2798	7550	0,09	0,11	1,14	1,12
Тернопільська	21676	49133	2590	8375	0,12	0,17	1,21	1,20
Харківська	96596	233321	8032	23551	0,08	0,10	1,12	1,11
Херсонська	23250	55161	2208	8853	0,09	0,16	1,18	1,19
Хмельницька	32162	75646	4078	11275	0,13	0,15	1,20	1,18
Черкаська	38466	93315	3262	11110	0,08	0,12	1,12	1,14
Чернівецька	15049	33903	1687	3721	0,11	0,11	1,12	1,12
Чернігівська	28156	70624	2621	8971	0,09	0,13	1,15	1,15
м. Київ	357377	833069	67833	200308	0,19	0,24	1,23	1,32

Як видно з розрахунків, якщо виробничий мультиплікатор за період з 2014 р. до 2018 р. зростав лише в Київській, Полтавській і Львівській областях, то зростання інвестиційного мультиплікатора за ці ж роки відбувалося у Вінницькій, Волинській, Дніпропетровській, Закарпатській, Херсонській, Черкаській областях. Зріс цей показник також у цілому по Україні.

Для виявлення рівня виробничого мультиплікатора здатного впливати на стабілізацію обсягів роздрібної торгівлі та не допускати її зменшення нами проведено розрахунок рівня інвестиційного мультиплікатора, що забезпечує рівень виробничого мультиплікатора величиною не менше одиниці (табл. 3).

Таблиця 3 – Залежність виробничого мультиплікатора від мультиплікатора інвестицій

	Мультиплікатор виробничий			Мультиплікатор інвестиційний			Рівень зростання, %	Відхилення від досягнутого, %
	2014	2018	у % до 2014	2014	2018	у % до 2014		
Україна	1,42	1,35	95	1,16	1,19	102	105	3
Вінницька	1,47	1,30	88	1,14	1,19	104	114	10
Волинська	1,69	1,37	81	1,16	1,16	100	123	23
Дніпропетровська	1,35	1,30	96	1,16	1,19	102	104	2
Донецька	1,64	1,18	72	1,11	1,16	104	138	34
Житомирська	1,61	1,42	88	1,14	1,12	98	114	6
Закарпатська	1,89	1,72	91	1,15	1,16	101	110	9
Запорізька	1,47	1,35	92	1,14	1,12	98	109	10
Івано-Франківська	1,75	1,39	96	1,18	1,14	97	104	7
Київська	1,39	1,49	107	1,28	1,25	98	100	2
Кіровоградська	1,52	1,35	89	1,16	1,12	96	112	16
Луганська	1,86	1,30	70	1,12	1,10	98	143	45
Львівська	1,45	1,49	103	1,20	1,19	99	100	1
Миколаївська	1,52	1,39	91	1,19	1,15	97	110	3
Одеська	1,67	1,67	100	1,18	1,16	98	100	2
Полтавська	1,20	1,22	102	1,12	1,12	100	100	0
Рівненська	1,67	1,43	86	1,14	1,15	101	116	15
Сумська	1,52	1,39	91	1,14	1,12	98	110	2
Тернопільська	1,69	1,37	81	1,21	1,20	99	123	24
Харківська	1,61	1,45	90	1,12	1,11	99	111	12
Херсонська	1,78	1,64	92	1,18	1,19	101	109	8
Хмельницька	1,54	1,37	89	1,20	1,18	98	112	14
Черкаська	1,49	1,32	88	1,12	1,14	102	114	12
Чернівецька	2,04	1,82	89	1,12	1,12	100	112	12
Чернігівська	1,47	1,33	90	1,15	1,15	100	111	11
м. Київ	1,56	1,26	81	1,23	1,32	107	123	16

Розрахунки засвідчують, що рівень інвестиційного мультиплікатора в Полтавській, Львівській, Дніпропетровській, Сумській, Одеській і Миколаївській областях лише на 2 – 3 відсотки відрізняється від необхідного рівня виробничого мультиплікатора, здатного стабілізувати розвиток

економіки регіонів. В решті областей рівень інвестиційного мультиплікатора не забезпечує рівня виробничого мультиплікатора, що забезпечує зростання ВРП регіону. Тобто показники виробничого і інвестиційного мультиплікаторів забезпечують зростання валового регіонального

продукту лише при певному обсягу капітальних інвестицій. Виникає проблема виявлення механізму формування рівнів мультиплікаторів, які забезпечують забезпечення зростання ВРП регіонів, що становлять основу формування ВРП країни.

Для виявлення даної проблеми нами проведено аналіз впливу показників зростання виробничого і інвестиційного мультиплікаторів на обсяги валового регіонального продукту регіонів у залежності від структури формування їх економіки за доданою вартістю (табл. 4).

Таблиця 4 – Вплив мультиплікатора інвестицій на економіку регіонів в залежності від структури доданої вартості

Області	% доданої вартості в економіці регіону		Відхилення мультиплікатора інвестицій від показника зростання, %	Зростання інвестиційного мультиплікатора, разів	Зростання ВРП, разів
	Промисловість	Сільське господарство			
Полтавська	44,6	16,3	0	1,8	2,5
Дніпропетровська	43,7	6,7	2	2,6	2,1
Сумська	21,5	22,1	2	2,6	2,2
Львівська	14,4	9,4	1	2,4	2,4
Одеська	9,9	10,6	2	2,2	2,3
Миколаївська	14,7	21,3	3	2,8	2,2
Житомирська	20,3	20,5	6	2,9	2,6
Франківська	18,2	12,7	7	2,7	2,1
Кіровоградська	18,3	29,7	8	2,5	2,2
Закарпатська	16,2	14,8	9	2,8	2,2
Запорізька	31,6	11,8	10	2,4	2,2
Вінницька	14,5	28,7	10	3,5	2,5
Волинська	12,8	18,0	10	3,4	2,5
Харківська	21,0	11,9	12	2,9	2,5
Черкаська	21,2	25,9	12	3,6	2,4
Чернігівська	18,9	24,8	12	5,4	2,5
Чернівецька	5,9	22,2	12	2,2	2,2
Хмельницька	14,0	26,6	14	2,9	2,4
Херсонська	10,8	31,5	14	3,9	2,4
Рівненська	13,9	17,6	15	2,9	2,0
Київська	17,2	15,2	16	1,4	1,3
Тернопільська	11,9	26,8	24	4,1	1,2
Україна	19,8	11,7	7	2,6	1,2

Дані таблиці 4 відображають

чітку закономірність, при якій в регіонах з переважанням у структурі створеної доданої вартості галузей промисловості необхідні значно нижчі рівні інвестиційних мультиплікаторів, ніж у тих, де більша маса доданої вартості формується сільським господарством. Зокрема, на зростання ВРП Полтавської з 2014 р. по 2018 р. в 2,5 разів, де у структурі доданої вартості промисловість становить 44,6 і сільське господарство 13,5%, необхідно було при ідентичних цінових умовах збільшити рівень інвестиційного мультиплікатора в 1,8 разів. При тих же умовах в Дніпропетровській області зі 43,7 % промисловості і 6,7 % сільського господарства для зростання ВРП в 2,1 разів інвестиційний мультиплікатор повинен зрости в 2,6 разів. Відповідно у Вінницькій області ці показники повинні бути 2,5 та 3,5; Черкаській – 2,4 та 3,6; Тернопільській – 1,2 та 4,1; Чернігівській – 2,5 та 5,4. Ці показники чітко відображають тенденцію, згідно з якою в регіонах з переважанням у структурі доданої вартості галузі промисловості для відтворення економічної системи в напрямку зростання необхідні значно менші інвестиційні впливання, ніж в регіонах сільськогосподарського напрямку розвитку.

Висновки. Виступаючи самостійним інструментом управління економічним розвитком регіонів, виробничі та інвестиційні мультиплікатори дають можливість на основі розрахунків виявляти вплив виробничого мультиплікатора на формування обсягів роздрібної торгівлі в регіонах та опосередкований вплив інвестиційних мультиплікаторів на формування рівнів виробничих мультиплікаторів. В результаті взаємодії мультиплікаторів зростають обсяги роздрібної торгівлі, що стають основою зростання ВРП регіонів. Виробничі і інвестиційні мультиплікатори, що застосовуються у відповідності до структури економіки регіонів за доданою вартістю дають можливість спрямовувати інвестиційні впливання в напрямку реального зростання ВРП. Отримані результати можуть застосовуватися для визначення конкретних масштабних інвестиційних впливань при моделюванні параметрів і векторів розвитку економіки регіонів та країни.

Список літератури

1. Domar E. Expansion and Employment. *American Economic Review*, 1947, no 37, pp. 34 – 55.
2. Hansen A.N. Monetary theory and fiscal policy. New York: McGraw-Hill Book company, Inc., 1949. 252 p.

3. Kahn R.F. The Relation of Home Investment to Unemployment. *Economic Journal*, 1931, vol. 41, pp. 173 – 198.
4. Hicks J.R. A Contribution to Theory of the Trade Cycle. Oxford, 1950. 252 p.
5. Балацкий Е.В. Комментарии к кейнсианской концепции мультипликатора // *Мировая экономика и международные отношения*, 2000, № 1, с. 61 – 64.
6. Аганбегян А.Г. Инвестиции как архимедов рычаг экономики // *Деловой мир*. – 1995. – № 2.
7. Західна О.Р., Патицька Х.О. Визначення потенціалу інвестиційних проєктів та конкурентних переваг регіону на основі ефекту мультиплікації / О.Р. Західна, Х.О. Патицька // *Ефективна економіка*. № 8, 2014. С. 4 – 6.
8. Шумпетер Йозеф. Теория экономического развития.–М.: Директмедиа Паблшинг, 2008. – 401 с.
9. Борщ Л.М. Инвестування: теорія і практика / Л. М. Борщ. – К.: Знання, 2005. – 470 с.
10. Третяк Н.М. Фактори формування інвестиційного клімату в Україні / Н.М. Третяк // *Фінансовий простір*. – № (11) – 2013. – С. 165 – 170.
11. Коциски Д. Экономическая оценка инновационного потенциала. Монография / Под ред. проф. П. Г. Перервы и проф. Д. Коциски // *Харьков-Мишконец : НТУ „ХПИ”, Мишконец.техн.ун-т. – 2008. – 170 с.*
4. Hicks J.R. A Contribution to Theory of the Trade Cycle. Oxford, 1950. 252 p.
5. Balatsky E.V. *Kommentarii k keynsianskoy kontseptsii mul'tiplikatora* [Comments on the Keynesian concept of the multiplier] // *Mirovaya ekonomika i mezhdunarodnyye otnosheniya* [World economy and International Relations], 2000, no. 1, p. 61 – 64.
6. Aganbegyan A.G. *Investitsii kak arkhimedov ryuchag ekonomiki* [Archimedes' investment lever of the economy] // *Delovoy mir* [Business world] – 1995. – Vol. 2.
7. O.P. Zahidna, H.O. Patytska. *Vyznachennya potentsialu investytsiynykh proektivta konkurentnykh perevah rehionu na osnovi efektu mul'typlikatsiyi* [Determining the potential of investment projects and competitive advantages of the region on the basis of the multiplication effect] // *Efektivna ekonomika* [Effective economy]. Vol. 8, 2014, pp. 4 – 6.
8. Schumpeter J. The theory of economic development. –Moscow, Directmedia Publishing, 2008. - 401 p.
9. Borsch L M. *Investuvannya: teoriya i praktyka* [Investing: theory and practice], Kyiv, Znannya, 2005. – 470 p.
10. Tretyak N. M. [Factors of investment climate formation in Ukraine], *Finansovyy prostir* [Financial space], Vol. 11, 2013. - pp. 165 -170.
11. Kocziszki D. *Ekonomicheskaya ochenka innovacionnogo potentsiala*. Monografiya [Economic assessment of innovation potential] / Pod red. prof. P. G. Perervy i prof. D. Kocziszky // *Kharkov-Miskolc : NTU „KhPI”, Miskolc.tehn.un-t. – 2008. – 170 p.*

References (transliterated)

1. Domar E. Expansion and Employment. *American Economic Review*, 1947, no 37, pp. 34 – 55.
2. Hansen A.N. Monetary theory and fiscal policy. New York: McGraw-Hill Book company, Inc., 1949. 252 p.
3. Kahn R.F. The Relation of Home Investment to Unemployment. *Economic Journal*, 1931, vol. 41, pp. 173 – 198.

Надійшла (received) 03.11.2020

Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors

Маслак Ольга Іванівна (Маслак Ольга Іванівна, Maslak Olga) – доктор екон. наук, професор, зав. кафедри економіки Кременчуцького національного університету імені Михайла Остроградського; м. Кременчук, Україна; ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6793-4367>; e-mail: oimaslak2017@gmail.com

Одінець Михайло Максимович (Одинцов Михаил Максимович, Odintsov Mikhail Maksimovich) – доктор екон. наук, професор, професор кафедри економіки Кременчуцького національного університету імені Михайла Остроградського; м. Кременчук, Україна; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1737-2711>; e-mail: odinsov40@ukr.net

Яковенко Ярослава Юрійвна (Яковенко Ярослава Юрьевна, Yakovenko Yaroslava Yuriivna) – асистент кафедри економіки Кременчуцького національного університету імені Михайла Остроградського; м. Кременчук, Україна; ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5042-2701>; e-mail: yaroslavayakovenko@gmail.com

Зайцев Сергій Сергійович (Зайцев Сергей Сергеевич, Zaytsev Serhiy Serhiyovych) – аспірант кафедри економіки, Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського; м. Кременчук, Україна; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8494-533X>; e-mail: serhiy_zaytsev@ukr.net

Л.Д. ВОРОБИЙОВА, В.А. ТАЛОВЕР

БІЗНЕС-КУЛЬТУРА, ЇЇ СКЛАД ТА МЕХАНІЗМ ФОРМУВАННЯ

Під бізнес-культурою можна розуміти дещо різні явища. По-перше, її можна розглядати як загальне широке поняття, а можна як вузьке визначення бізнес-етикету. У першому випадку, бізнес-культура включає в себе складні системи взаємовідносин на підприємствах і між ними. У вузькому значенні — це виконання норм і правил, які подекуди за змістом є не більше ніж умовностями. По-друге, бізнес-культуру можна розглядати як корпоративну культуру певного підприємства або ж сукупність культурних норм та цінностей певного регіону, країни або сучасного світу. Насправді, усі вище перелічені ознаки взаємопов'язані. Бізнес-культура — це модель або стиль ділових операцій та комунікації. Це способи ведення бізнесу, як в окремо взятій компанії, так і в глобальному середовищі. Культура бізнесу всередині компанії визначає, як різні рівні співробітників спілкуються один з одним, а також як співробітники працюють із клієнтами та партнерами. Тому було розглянуто склад і фактори впливу на бізнес-культуру, різноманітні функції, що визначаються внутрішнім станом формального механізму підприємства та ті, що визначаються необхідністю адаптації підприємства до свого зовнішнього середовища. Також досліджено складові компоненти корпоративної культури, особливості механізму формування бізнес-культури та систему індикаторів щодо оцінки складових бізнес-культури. Також у роботі були досліджені граничні інтервали для визначення якісного рівня бізнес-культури, що дозволить підвищити обґрунтованість та якість прийнятих управлінських рішень; поліпшити інформаційно-аналітичне забезпечення процесів управління бізнес-культурою; знизити ступінь невизначеності та ризику при здійсненні заходів щодо її формування. Бізнес-культура включає місію підприємства - найважливішу мету його існування та розвитку, а також цінності, що розділяють люди, які працюють на підприємстві; традиції, норми і правила поведінки, а також моральні та естетичні принципи, на яких вони ґрунтуються.

Ключові слова: культура; етикет; підприємство; індикатори; ефективність; модель; бізнес.

Л.Д. ВОРОБИЙОВА, В.А. ТАЛОВЕР

БИЗНЕС-КУЛЬТУРА, ЕЕ СОСТАВ И МЕХАНИЗМ ФОРМИРОВАНИЯ

Под бизнес-культурой можно понимать несколько разные явления. Во-первых, ее можно рассматривать как общее широкое понятие, а можно как узкое определение бизнес-этикета. В первом случае, бизнес-культура включает в себя сложные системы взаимоотношений на предприятиях и между ними. В узком значении - это выполнение норм и правил, которые иногда по содержанию не более чем условностями. Во-вторых, бизнес-культуру можно рассматривать как корпоративную культуру определенного предприятия или совокупность культурных норм и ценностей определенного региона, страны или современного мира. На самом деле, все вышеперечисленные признаки взаимосвязаны. Бизнес-культура - это модель или стиль деловых операций и коммуникации. Это способы ведения бизнеса, как в отдельно взятой компании, так и в глобальной среде. Культура бизнеса внутри компании определяет, как разные уровни сотрудников общаются друг с другом, а также как сотрудники работают с клиентами и партнерами. Поэтому были рассмотрены состав и факторы влияния на бизнес-культуру, различные функции, которые определяются внутренним состоянием формального механизма предприятия и те, которые определяются необходимостью адаптации предприятия к своей внешней среде. Также исследованы компоненты корпоративной культуры, особенности механизма формирования бизнес-культуры и систему индикаторов для оценки составляющих бизнес-культуры. Также в работе были исследованы предельные интервалы для определения качественного уровня бизнес-культуры, что позволит повысить обоснованность и качество принимаемых управленческих решений; улучшить информационно-аналитическое обеспечение процессов управления бизнес-культурой; снизить степень неопределенности и риска при осуществлении мероприятий ее формирования. Бизнес-культура включает миссию предприятия - важнейшую цель его существования и развития, а также ценности, которые разделяют люди, которые работают на предприятии; традиции, нормы и правила поведения, а также моральные и эстетические принципы, на которых они основываются.

Ключевые слова: культура; этикет; предприятие; индикаторы; эффективность; модель; бизнес.

L. D. VOROBIOVA, V. A. TALOVER

BUSINESS CULTURE, ITS COMPOSITION AND FORMATION MECHANISM

Business culture can be understood as slightly different phenomena. First, it can be considered as a general broad concept, and can be considered as a narrow definition of business etiquette. In the first case, business culture includes complex systems of relationships in enterprises and between them. In the narrow sense - is the implementation of norms and rules, which in some respects are no more than conventions. Second, business culture can be seen as the corporate culture of a particular enterprise or a set of cultural norms and values of a particular region, country, or modern world. In fact, all of the above are interrelated. Business culture is a model or style of business operations and communication. These are ways of doing business, both in a single company and in a global environment. The business culture within the company determines how different levels of employees communicate with each other, as well as how employees work with customers and partners. Therefore, the composition and factors influencing the business culture, various functions determined by the internal state of the formal mechanism of the enterprise and those determined by the need to adapt the enterprise to its external environment were considered. The components of corporate culture, features of the mechanism of business culture formation and the system of indicators for assessing the components of business culture are also studied. The paper also explored the intervals for determining the quality level of business culture, which will improve the validity and quality of management decisions; to improve information and analytical support of business culture management processes; reduce the degree of uncertainty and risk in the implementation of measures for its formation. Business culture includes the mission of the enterprise - the most important goal of its existence and development, as well as the values shared by people working in the enterprise; traditions, norms and rules of conduct, as well as the moral and aesthetic principles on which they are based.

Key words: culture; etiquette; enterprise; indicators; efficiency; model; business.

Постановка проблеми. У сучасних умовах господарювання в Україні інтенсивно відбувається трансформація соціально-економічної системи. У пошуках важелів більш ефективного розвитку

часто аналізуються лише економічні фактори, методи управління або інші раціоналістичні питання. Не враховується або мало враховується той факт, що суб'єктом господарювання є людина.

На її трудову поведінку та ефективність діяльності значний вплив здійснюють ціннісні орієнтації, переконання, вірування, традиції, тобто певні фактори культури.

Сучасні ринкові відносини вимагають від підприємств необхідності розробки і впровадження системи цінностей, які називають бізнес-культурою. Такий підхід сприяє підвищенню ефективності роботи підприємства і надає підприємству власний, неповторний образ в очах клієнтів і партнерів, що є досить важливим чинником його конкурентоспроможності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій свідчить, що проблематику у сфері розвитку бізнес-культури досліджували багато науковців. Питанням особливостей формування бізнес-культури підприємств присвячені праці Радамовської І.В., Мухи Р.А., Монастирський Г.Л., Новойтенко І.В., питання сутності та змісту корпоративної культури досліджували Дмитренко М., Маркова О., Міхов Л., Петрушенко Ю., Ситник Ю. та інші.

Мета дослідження полягає у визначенні сутності бізнес-культури, її функцій та індикаторів оцінки складових бізнес-культури.

Основні результати дослідження. Потрібно зазначити, що бізнес-культура - це система цінностей та пріоритетів підприємства щодо поведінки його на ринку, взаємовідносин з членами трудового колективу, споживачами, постачальниками та з іншими суб'єктами господарювання. Складовими бізнес-культури є сукупність матеріальних і духовних цінностей, культурних, етичних та соціальних потреб, що перебувають у нерозривному зв'язку, вони притаманні для кожної компанії, проте є різними для конкретних організацій. Це один із ключових інструментів управління персоналом. Завдяки формуванню бізнес-культури управлінці мають можливість вивести діяльність підприємства на найвищий ступінь розвитку: підвищити конкурентоспроможність організації, підсилити ступінь довіри до корпоративних прав, забезпечити захист власників корпоративних прав, покращити якість продукції та задовольнити вимоги споживачів [5, 6].

Бізнес-культура – це правила організації бізнесу, правила прийняття рішень і делегування повноважень, правила організації комунікаційного процесу, створення соціального клімату, загалом можна сказати, що бізнес-культура – це правила і норми, що забезпечують організованість і злагодженість на підприємстві.

Існують два напрямки бізнес-культури: внутрішньо фірмова та бізнес-культура суспільства. Розглянемо основні фактори впливу на кожну з них у табл. 1.

Дослідити бізнес-культуру підприємства можна лише при застосуванні системного підходу. Для цього необхідно проаналізувати ряд чинників, з якими пов'язана бізнес-культура.

Таблиця 1 - Фактори впливу на бізнес-культуру

Фактори впливу на внутрішню фірмову культуру	Фактори впливу на бізнес-культуру суспільства
- владні відносини (вид менеджменту); - побудова організаційної структури; - професіоналізм управлінського персоналу; - ступінь довіри працівників; - мотиваційні фактори; - кадрова політика і система навчання персоналу; - здатність вести комунікаційний процес; - демократичність у взаємовідносинах; - доступ до інформації.	- ступінь довіри до партнерів; - способи реалізації стратегічних планів та основних завдань підприємства; - рівень адаптації корпорацій до зовнішнього середовища; - рівня соціальної відповідальності; - національний менталітет; - етичні та культурні цінності зовнішнього середовища.

Отже, необхідно вивчити зовнішнє середовище, у якому діє підприємство: культуру, демографію, політику і право, соціальні відносини, інформацію та освіту, економіку, технологію. Стан цих елементів буде різним для окремих держав, регіонів, галузей діяльності тощо. На бізнес-культуру надзвичайно сильно впливає національний менталітет, національний характер.

Значний вплив на бізнес-культуру має внутрішнє середовище підприємства, його функції на ринку товарів і послуг, вплив у суспільстві, техніка і технології, кадровий склад, професіоналізм працівників, їх освіта і здібності.

Велике значення має взаємозв'язок бізнес-культури із управлінням на підприємстві. До нього належать: вид менеджменту, структура організації, методи комунікацій та прийняття рішень, система мотивації праці, кадрова політика та система навчання. Ці елементи настільки тісно пов'язані з бізнес-культурою, що їх важко вивчати окремо. Серед елементів управління на першому місці стоїть узагальнюючий інтегрований чинник – вид управління або вид менеджменту – парадигма управління, поєднання концептуальних характеристик головних методів управління [7].

Проте, слід мати на увазі, що все ж таки головними цінностями бізнес-культури є працівники та інформація.

Ефективність бізнес-культури проявляється в особливому стилі поведінки працівників підприємства, що формується у процесі досягнення стратегічних та поточних цілей. Високий рівень культури персоналу здатен вирішувати найскладніші задачі розвитку підприємства та забезпечувати довготривалі відносини з партнерами і клієнтами.

Бізнес-культура підприємства виконує різноманітні функції. Так, Г.Л. Монастирський

виокремив наступні групи щодо функції корпоративної культури [8]:

1) ті, що визначаються внутрішнім станом формального механізму підприємства;

2) ті, що визначаються необхідністю адаптації підприємства до свого зовнішнього середовища.

До першої групи функцій належать такі:

1. Охоронна функція. Культура є своєрідним бар'єром для проникнення небажаних тенденцій та негативних цінностей, характерних для зовнішнього середовища, тобто вона нейтралізує дію негативних зовнішніх чинників.

Особливо актуальна ця функція культури для сучасних українських підприємств, що обумовлює необхідність особливої уваги керівників підприємств до проблеми формування бізнес-культури. Вона здатна обмежити простір невизначеності та змінити баланс сил на користь стабільності та стійкості.

2. Інтегруюча функція. Прищепивши певну систему цінностей, бізнес-культура створює відчуття ідентичності у індивідів та груп – її учасників. Це дає змогу кожному суб'єктові внутрішньо-організаційного життя краще усвідомити цілі підприємства, одержати найбільш сприятливе враження про підприємство, в якому він працює, відчувати себе частиною єдиної системи і визначити свою відповідальність перед нею.

3. Регулююча функція. Бізнес-культура включає неформальні, неписані правила. Вони вказують на те, як люди повинні поводитися в процесі роботи. Ці правила визначають звичні способи дій на підприємстві: послідовність здійснення робіт, характер робочих контактів, форми обміну інформацією. Таким чином, задаються однозначність та впорядкованість основних форм діяльності.

Інтегруюча та регулююча функції сприяють зростанню продуктивності праці на підприємстві, оскільки відчуття ідентичності та сприйняття цінностей підприємства дають змогу підвищити цілеспрямованість та наполегливість учасників підприємства у виконанні своїх завдань.

4. Функція заміщення. Сильна бізнес-культура, спроможна до ефективного заміщення формальних, офіційних механізмів, дає змогу підприємству не вдаватися до надмірного ускладнення формальної структури та збільшення потоку офіційної інформації та розпоряджень. Таким чином, відбувається економія на витратах управління на підприємстві.

5. Адаптивна функція. Наявність бізнес-культури полегшує взаємне пристосування працівників до підприємства та підприємства до працівника. Адаптація здійснюється за допомогою сукупності заходів, званих соціалізацією. У свою чергу можливий протилежний процес – індивідуалізація, коли підприємство здійснює свою діяльність так, щоб максимально використовувати особистий потенціал та можливості індивіда для вирішення власних завдань.

6. Освітня та розвиваюча функція. Культура

завжди пов'язана з освітнім, виховним ефектом. Керівники на підприємствах повинні піклуватися про підготовку та освіту своїх працівників. Результатом таких зусиль є приріст знань та навичок працівників, які підприємство може використовувати для досягнення своєї мети.

Таким чином, підприємство розширює кількість та якість економічних ресурсів, що знаходяться в його розпорядженні.

7. Функція управління якістю. Оскільки, культура, зрештою, втілюється в результатах господарської діяльності – економічних благах, то бізнес-культура, пропагуючи уважніше та серйозніше ставлення до роботи, сприяє підвищенню якості товарів та послуг, що пропонуються економічною організацією. Іншими словами, якість роботи та робочого середовища переходить у якість продукції.

8. Орієнтуюча функція спрямовує діяльність підприємства та його учасників у необхідне русло.

9. Мотиваційна функція створює необхідні стимули для ефективної роботи та досягнення мети підприємства.

До другої групи функцій бізнес-культури належать такі:

1. Функція орієнтації на споживача. Врахування цілей, запитів, інтересів споживачів, відображене в елементах культури, сприяє встановленню міцніших та несуперечливих відносин підприємства зі своїми покупцями і клієнтами. Багато сучасних підприємств позиціонують турботу про споживачів як найбільш значиму цінність.

2. Функція регулювання партнерських відносин. Бізнес-культура виробляє правила взаємин з партнерами, що передбачає моральну відповідальність перед ними. У цьому сенсі бізнес-культура розвиває та доповнює норми і правила поведінки, вироблені в рамках ринкової економічної культури.

3. Функція пристосування економічної організації до потреб суспільства. Дія цієї функції створює найбільш сприятливі зовнішні умови для діяльності підприємства. Її ефект полягає в усуненні бар'єрів, перешкод, нейтралізації дій, пов'язаних з порушенням або ігноруванням підприємством правил суспільної гри. Тобто, вигода підприємства полягає в усуненні економічних збитків [8].

Окрім функцій бізнес-культури, були розглянуті складові компоненти корпоративної культури (табл. 2).

Метою корпоративної культури є формування функціональної поведінки персоналу, яка спрямована на досягнення цілей підприємства.

Таблиця 2 - Складові компоненти корпоративної культури

Компоненти корпоративної культури				
Командні заходи:	Корпоративні	Корпоративні	Чітко зафіксовані	Корпоративні

	ЗМІ:	документи:	аналіза організаційна структура:	стандарт:
День підприємства. День галузі або професійного свята. Дні народження співробітників. Дитячі свята (День знань). Досягнення підприємством певних фінансових результатів. Інші події в житті підприємства.	Корпоративна газета. Корпоративний веб-сайт. Інформаційні дошки. Інформаційні листи.	Положення про адаптацію. Положення про преміювання. Положення про кар'єрне підвищення. Положення про відділи. Положення про оцінку персоналу і нагородження. Положення про корпоративні свята	Вносить ясність в роботу кожного підрозділу і працівника за рахунок наочного відображення виробничих зв'язків. Якщо ця структура відбита в положенні про адаптацію, то співробітникам легко розібратися в можливостях і перспективах.	Обов'язково прописуються в статуті або кодексі. Стандарти можуть бути «для всіх» і «для відділів». Добре складений статут або кодекс практично замінює всю необхідну корпоративну літературу.

Для досягнення цієї мети в процесі управління потрібно вирішувати такі завдання: 1) розвиток у персоналу почуття причетності до справ підприємства; 2) заохочення залучення персоналу у спільну діяльність на благо підприємства; 3) зміцнення стабільності системи соціальних відносин; 4) підтримка індивідуальної ініціативи працівників; 5) надання допомоги персоналу в досягненні особистого успіху; 6) створення атмосфери єдності менеджерів і персоналу у підприємстві; 7) делегування відповідальності; 8) зміцнення корпоративної родини (поздоровлення робітників із сімейними, трудовими святами, подіями і т. д.).

Корпоративна культура сьогодні є інструментом адміністративної дії, одним із прогресивних методів управління трудовим колективом, що дозволяє м'яко та ненав'язливо прищепити певні цінності, традиції, переконання, нормативні зразки поведінки, що призводить до організаційної єдності та створення фірмового стилю підприємства.

Формування бізнес-культури завжди пов'язане з певними інноваціями, які направлені на досягнення бізнес-мети, тобто на збереження конкурентоспроможності підприємства на ринку.

Вони проявляються та втілюються в особливому, новаторському типі мислення, здатності розглядати все, з чим має справу підприємець, з погляду користі для власної справи тощо.

Формування бізнес-культури залишається важливою складовою структурного реформування, що зумовлює актуалізацію наукових досліджень соціально-економічного змісту. Питання полягає у досягненні соціально-економічної ефективності корпоративного управління за умов одночасної реалізації цілей підвищення ефективності функціонування підприємства та забезпечення балансу інтересів персоналу організації.

Досягнення цих двох цілей є необхідним з точки зору забезпечення економічного зростання, створення і підтримки конкурентного середовища, максимізації прибутковості інвестиційного процесу, підвищення продуктивності праці та ефективності виробництва.

Механізм формування бізнес-культури підприємства складається з первинних та вторинних елементів. До первинних елементів механізму належать: інноваційні впровадження; інвестиції в розвиток бізнес-культури; ознайомлення працівників з місією підприємства та напрямками подальшої діяльності; приведення у відповідність структури управління напрямкам формування бізнес-культури та ін.

До вторинних елементів механізму відносяться: формування мотиваційних факторів діяльності; формування корпоративних принципів та традицій; впровадження прогресивного стилю управління та лідерства та ін.

В основу управління механізмом формування бізнес-культури сучасних промислових підприємств потрібно закласти базові передумови, де бізнес-культура розглядається як інтелектуальний актив, яким володіє підприємство, і який здатний зумовити виникнення його унікальних конкурентних переваг та брати участь у створенні його ринкової вартості.

Отже, підприємство, яке постійно навчається, має певну структуру і ділове середовище, що сприяє ефективному використанню інтелектуальних ресурсів. Таке підприємство здатне самостійно проводити будь-які трансформації, котрі можуть знадобитися внаслідок зміни навколишнього середовища. Таке підприємство орієнтоване на навчання, адаптацію та інновації, де в основі лежить стабільний набір цінностей та уявлень, котрі дозволяють підприємству вільно створювати нові перспективні правила та традиції і змінювати систему внутрішніх відносин та взаємозв'язків.

Загалом, основою комплексного дослідження бізнес-культури підприємства є системний аналіз стану її структурних елементів (соціальна, духовна та інтелектуальна складові), а також різних варіантів взаємодії між ними:

1. Рівень бізнес-культури за інтелектуальною складовою. Уведення в формулу розрахункового показника, що умовно названий показником

«інтелектуального розвитку», обумовлене тим, що в епоху розвитку нового типу економіки – постіндустріальної або економіки знань – дуже важливого значення набуває інтелектуальний капітал, яким володіє підприємство, зокрема такий його елемент як ділова репутація. Він здатен значно підвищити показники прибутковості підприємства при вмілому його використанні.

Частина інтелектуального капіталу підприємства відображається в балансі у вигляді нематеріальних активів, інша частина (клієнтські контракти, трудові договори) не відображається; деякі його елементи фактично не піддаються обліку (формалізовані знання у вигляді патентів, ліцензій, розробок, та неформалізовані знання, тобто такі, що фактично існують, але ще не мають матеріальної форми та є невідокремлюваними від їхнього власника).

Головним фактором, який впливає на індикатор розвитку персоналу, є забезпечення відповідності чисельності та структури персоналу цілям підприємства.

Якщо цю умову не виконано, підприємство фактично ставить під загрозу ефективність своєї діяльності.

Індикатор розвитку персоналу можна визначити шляхом оцінювання індикаторів професіоналізму (рівень освіти, професійний досвід і наявність системи підвищення кваліфікації) та індикаторів комунікативності (комунікабельність, культура неформальних стосунків і згуртованість колективу).

Наявність на підприємстві інноваційних традицій посилює інтелектуальну складову його корпоративної культури. На технологічному рівні інноваційні традиції характеризують такі індикатори як використання сучасних технологій, власних розробок, кількість власних ноу-хау.

На організаційному рівні такими індикаторами є гнучкість організаційної структури, співпраця підприємства з науково-дослідницькими установами, наявність спеціалізованих підрозділів з розроблення та впровадження інновацій). Систему індикаторів для оцінювання інтелектуальної складової бізнес-культури промислових підприємств представлено в табл. 3 [9].

2. Рівень бізнес-культури за складовою соціального розвитку.

Таблиця 3 - Система індикаторів для оцінювання інтелектуальної складової

Групи індикаторів	Показники для оцінювання рівня інтелектуального розвитку працівників
розвиток персоналу	Рівень освіти
	Професійний досвід
	Неформальні стосунки
	Комунікабельність
	Система підвищення кваліфікації
	Згуртованість
	Відповідність структури персоналу

інноваційна діяльність	меті підприємства
	Наявність інноваційних традицій
	Рівень використання сучасних технологій
	Кількість власних ноу-хау
	Наявність інноваційних підрозділів
	Гнучкість оргструктури до інновацій
	Використання власних розробок
	Співпраця з науково-дослідними організаціями

При розрахунку рівня бізнес-культури промислового підприємства за складовою соціального розвитку враховуються індикатори, що характеризують умови, характер і зміст праці; соціальне забезпечення; організацію праці та стимули до неї. Типову систему індикаторів для оцінювання соціальної складової бізнес-культури промислових підприємств представлено в табл. 4 [9].

Таблиця 4 - Система індикаторів для оцінювання соціальної складової

Групи індикаторів	Показники для оцінювання рівня соціального розвитку працівників
умови, характер і зміст праці	Чистота робочого місця
	Наявність обладнаних місць відпочинку
	Дотримання норм охорони праці
	Якість організації робочого місця
організацію праці та стимули до неї	Освітленість
	Застосування сучасних систем організації праці
	Існування чітких посадових обов'язків
	Система відповідності посади та кваліфікації робітника
	Послідовність виробничого циклу
	Система взаємозамінності
	Ступінь ефективності системи мотивації
	Система кар'єрного просування
соціальне забезпечення	Система страхування
	Організація системи матеріальної допомоги
	Наявність системи надання житла та ін.
	Організація відпочинку під час відпустки
	Організація дозвілля
	Організація медпунктів, їдальні

Важливо розуміти, що від умов, характеру і змісту праці напряму залежать результати, особливо тоді, коли виконання виробничого завдання потребує зосередження і концентрації. Це зумовлює необхідність надавати увагу цій складовій бізнес-культури, що оцінюється за наступними показниками: гігієнічними (освітленість, чистота робочого місця, дотримання норм охорони праці); б) психологічними (наявність обладнаних місць відпочинку); в) організаційними (якість організації робочого місця, своєчасність та повнота забезпечення матеріалами, інструментами

тощо).

Індикатори організації праці та стимулів до неї відображають рівень внутрішньої упорядкованості виробничих функцій на підприємстві. Про це вказують наступні показники: на рівні керівництва - застосування систем операційного планування; на рівні персоналу - існування систем взаємозамінності і відповідності посади та кваліфікації робітника, існування чітких посадових обов'язків; на технологічному рівні - послідовність виробничого циклу.

Взаємодія між керівництвом та працівниками підприємства багато в чому визначається ефективністю системи мотивації. Важливим фактором зростання продуктивності праці є з розуміння залежності оплати праці від її результатів.

Проте існує прямий зв'язок між рівнем бізнес-культури і системою нематеріальних стимулів: чим вище частка нематеріальних стимулів у структурі мотивації колективу, тим вище рівень бізнес-культури, тобто результат сформованої культури передбачає наявність такої системи мотивації, за якої при невисоких матеріальних стимулах досягається максимальна віддача працівників. Але зростання добробуту підприємства повинно приводити до збільшення добробуту співробітників. Найкращим індикатором цього аспекту бізнес-культури є наявність системи кар'єрного просування, яка враховує заслуги працівника перед підприємством.

Питання соціального забезпечення також є важливими елементами бізнес-культури підприємства і вимірюються такими індикаторами як система страхування, матеріальна допомога, надання житла; забезпечення співробітників дитячим садком; організація відпочинку.

3. Рівень бізнес-культури за складовою духовного розвитку.

При розрахунку рівня бізнес-культури за складовою духовного розвитку слід враховувати три індикатори: морально-психологічний клімат; формування системи цінностей; культурну адаптацію.

Систему індикаторів для оцінювання духовної складової бізнес-культури промислових підприємств представлено в табл. 5 [9].

Таблиця 5
Система індикаторів для оцінювання
духовної складової

Групи індикаторів	Показники для оцінювання рівня духовного розвитку працівників
морально-психологічний клімат	Рівень довіри до співробітників
	загальний позитивний стиль мислення
	рівень конфліктності
	відчуття гордості за колектив
	поважне ставлення до думки співробітників
	наявність позитивного організаційного клімату
	забезпеченість гуртками художньої самодіяльності

формування системи цінностей	наявність етичного кодексу
	наявність фірмового стилю
	існування образів героїв для наслідування
культурна адаптація	відвідування установ культури
	відчуття приналежності до результатів діяльності

Ефективність спільної діяльності на підприємстві залежить від оптимальної реалізації особистісних і групових можливостей. Морально-психологічний клімат відображає якісну сторону відносин, що виявляється у вигляді сукупності певних умов, які сприяють або перешкоджають продуктивній спільній діяльності і всебічному розвитку особистості в групі.

Морально-психологічний клімат у колективі визначається трьома факторами: відносини між членами колективу по вертикалі (керівництво, сприйняття керівника колективом; участь працівників в управлінні, їх задоволеність такою участю); відносини між членами колективу по горизонталі (згуртованість колективу, характер міжособистісних відносин, типи і способи вирішення конфліктів); ставлення членів колективу до праці (задоволеність працею, продуктивність діяльності колективу тощо).

Ставлення до праці досліджується на двох рівнях: як загальна задоволеність працею (характером роботи, умовами, рівнем заробітної плати тощо) і як намір продовжувати роботу на підприємстві. Ставлення до праці, яке виражає міру задоволеності людини її робочою діяльністю, є найважливішою характеристикою психологічного клімату.

Морально-психологічний клімат визначає систему відносин членів колективу один до одного, до праці, до навколишніх подій і до організації в цілому на основі індивідуальних і особистісних цінностей і орієнтацій.

Ціннісні орієнтації визначають відносини людини до різних цінностей матеріального, морального, політичного і духовного порядку.

Завдання щодо передачі, поширення, засвоєння і зберігання цінностей серед працівників шляхом створення етичного кодексу передбачає, що кожний працівник, незалежно від займаної посади та терміну роботи на підприємстві, повинен ознайомитися з цінностями, зрозуміти і прийняти їх. Отже, етичний кодекс підприємства – це документально оформлений і зафіксований у письмовому вигляді перелік форм допустимої і недопустимої поведінки співробітників; етичних позицій підприємства стосовно його контрагентів і персоналу; моральні принципи ведення бізнесу.

Культурна адаптація означає процес засвоєння новим працівником системи знань, цілей, норм і цінностей, що дозволяють йому функціонувати в якості повноправного члена підприємства. У процесі культурної адаптації відбувається перетворення працівника із суб'єкта, стороннього для організації, в її частину.

Визначення ефективності формування бізнес-

культури відбувається на основі поєднання розрахунку кількісних показників (на основі даних бухгалтерської та фінансової звітності підприємства) та якісних показників (на основі анкетування параметрів стану бізнес-культури).

Це надає можливість побудови інтегрального показника оцінювання ефективності бізнес-культури, що дозволяє найбільш повно та об'єктивно оцінити реальну картину стану бізнес-культури на підприємстві:

$$I = b_{x1} \cdot \left(\sum_{i=1}^3 K_i \right) + b_{x2} \cdot \left(\sum_{i=4}^6 K_i \right) + b_{x3} \cdot \left(\sum_{i=7}^9 K_i \right) \quad (1)$$

де I – інтегральний показник рівня бізнес-культури;

b_{xi} – ваговий коефіцієнт її складової бізнес-культури;

K_i – індикатор, що характеризує відповідну складову.

Також були досліджені граничні інтервали для визначення якісного рівня бізнес-культури – високий, підвищений, середній і низький (табл. 6).

Таблиця 6 - Результати оцінки стану бізнес-культури

Рівень	Граничні межі	Характеристика
Високий	(0,7-1)	Такі підприємства характеризуються високоефективною бізнес-культурою: наявністю кодексу корпоративної поведінки, високою часткою прибутку, що спрямовується на підтримання на належному рівні інтелектуальної, соціальної та духовної складових. Працівники усвідомлюють свою важливість на підприємстві і долучаються до вирішення проблем; діє ефективна система мотивації, яка стимулює інноваційну активність. Ефективні комунікації сприяють у вирішенні будь-яких проблем, присутнє ефективне поєднання регулювання процесів із великою взаємодією і свободою творчості.
Підвищений	(0,5-0,7)	Такі підприємства характеризуються підвищеним рівнем бізнес-культури. Кодекси корпоративної культури в них розроблені, але не завжди охоплюють всі аспекти її прояву. Має місце інтенсивний розвиток бізнес-культури в цілому, але з відставанням за окремими критеріями. На підприємстві цінуються традиції, власна історія та культивуються базові цінності. Діє ефективна мотиваційна система, яка забезпечує позитивну інноваційну динаміку. Персонал заохочується до

		підвищення професіоналізму й розширення компетенції.
Середній	(0,3-0,5)	Рівень бізнес-культури оцінюється як середній. Це може бути спричинено двома факторами: керівництво не вважає це питання пріоритетним або стандарти бізнес-культури тільки починають впроваджуватися. Підприємство прагне сформувати базові цінності і розгортає роботу для їхнього поширення. Присутній сприятливий клімат, хороша дисципліна і задовільна система мотивації, однак недостатня для стимулювання інноваційної активності персоналу. Задовільний рівень комунікативних зв'язків, розробляються стандарти якості та заходи для підвищення адаптації до викликів ринку.
низький	(0-0,3)	Ефективність бізнес-культури низька. Недотримання низки норм ведення бізнесу, які існують у вітчизняній практиці, непрозорість інформації про діяльність. Взаємовідносини з такими компаніями пов'язані зі значним ступенем ризику.

За результатами інтегрального оцінювання здійснюється ранжування підприємств за рівнем бізнес-культури та підготовка висновків і рекомендацій для прийняття управлінських рішень. Це дозволяє підвищити обґрунтованість та якість прийнятих управлінських рішень; поліпшити інформаційно-аналітичне забезпечення процесів управління бізнес-культурою; знизити ступінь невизначеності та ризику при здійсненні заходів щодо формування бізнес-культури на сучасному етапі управління підприємством.

Висновки. При дослідженні поняття бізнес-культури було визначено, що це частина нематеріальної економіки, яка визначає взаємостосунки в бізнес-середовищі на основі трудових загально корпоративних, національних цінностей та яка спроможна впливати на успішність і розвиток суб'єкта господарювання.

Для комплексного дослідження бізнес-культури підприємства було розглянуто і проаналізовано стан її структурних елементів (соціальні, духовні та інтелектуальні складові), а також різні варіанти взаємодії між ними. Також були досліджені граничні інтервали для визначення якісного рівня бізнес-культури, які необхідні для прийняття ефективних управлінських рішень.

Отже, успішні підприємства відносяться до бізнес-культури як до важливого інструменту управління бізнесом та як до засобу створення серйозних конкурентних переваг на сучасному ринку.

Список літератури

1. Башук Т.О. Доцільність формування корпоративної культури на підприємстві / Т.О. Башук, А.М. Жолудєва // Маркетинг і менеджмент інновацій. – Харків, 2011. – №2. – С. 179-184.
2. Білецька О.О. Організаційна культура підприємств: проблеми та перспективи / О.О. Білецька // Вісник Сумського державного університету. Серія Економіка. – 2012. – № 1. – С. 80-83.
3. Бурлакова А. Розвиток корпоративної культури в Україні / А. Бурлакова, Л. Савчук // Персонал. – К., 2005. – № 5. – С. 86-89.
4. Vorobiova L.D. Improvement of key components of the corporate culture enterprise mechanism formation/ L.D.Vorobiova, V.V.Vorobiov// Science and society: Collection of scientific articles. - Fadette editions, Namur, Belgium, 2020.- 48-53 pp.
5. Grishko N. The optimization of the management mechanism of the intellectual capital of Ukraine/ Maslak O., Grishko N., Vorobiova K., Hlazunova O.// Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2018. – № 1. – С. 169-183.
6. Перерва П. Г. Экономическая оценка инновационного потенциала. Монография / Под ред. проф. П. Г. Перервы и проф. Д. Коциски // Харьков-Мишкольц : НТУ „ХПИ”, Мишкольц.техн.ун-т. – 2008. – 170 с.
7. Колесніков Г.А. Концепція сучасної організаційної культури управління виробничих підприємств: навч. посібник / Г.А. Колесніков. – Луцьк: ВІЕМ, 2007. – 248 с.
8. Коржов Г.А. Корпоративная культура и перспективы ее становления в Украине / Г.А. Коржов / Материалы юбилейной науч- метод. конф. – Донецк : ДИУ, 2001. – 295с.
9. Монастирський Г.Л. Теорія організації: Навч. посібник / Г.Л. Монастирський. – К.: Знання, 2008. – 319 с.
10. Овчаренко М. І. Аналіз існуючих методів діагностики корпоративної культури / М. І. Овчаренко // «Маркетинг інновацій і інновації у маркетингу»: збірник тез доповідей П'ятої міжнародної науково-практичної конференції (29 вересня – 1 жовтня 2011 р., м. Суми). – Суми : ТОВ «ТД «Папірус», 2011. – С. 152-154.
11. Ястребова Е.М. Корпоративная культура: теория, история, современные тенденции: учебник / Е.М. Ястребова. – М.: Литера, 2009. – 254 с.
2. Bilets'ka O.O. *Orhanizatsiyna kul'tura pidpriyemstv: problemy ta perspektivy* [Organizational culture of enterprises: problems and prospects]. *Visnyk Sums'koho derzhavnoho universytetu. Seriya Ekonomika*. [Bulletin of Sumy State University. Economics series], 2012, vol. 1, pp. 80-83.
3. Burlakova A., Savchuk L. *Rozvytok korporativnoyi kul'tury v Ukraini* [Development of corporate culture in Ukraine]. *Personel*. [Personnel], 2005, vol.5, pp. 86-89.
4. Vorobiova L.D., Vorobiov V.V. Improvement of key components of the corporate culture enterprise mechanism formation. Science and society: Collection of scientific articles. Fadette editions, Namur, Belgium, 2020, pp.48-53.
5. Grishko N. The optimization of the management mechanism of the intellectual capital of Ukraine/ Maslak O., Grishko N., Vorobiova K., Hlazunova O.// *Marketing i menedzhment innovacij*. [Marketing and management innovation]. – 2018. – no 1. – pp. 169-183.
6. Pererva P. G. Ekonomicheskaya ocenka innovatsionnogo potenciala. Monografiya / Pod red. prof. P. G. Perervy i prof. D. Kocziszky // Kharkov-Miskolc : NTU „KhPI”, Miskolc.tehn.un-t. – 2008. – 170 p.
7. Kolyesnikov H.A. *Kontseptsiya suchasnoyi orhanizatsiynoyi kul'tury upravlinnya vyrobnychyykh pidpriyemstv: navch. Posibnyk* [The concept of modern organizational culture of management of industrial enterprises: textbook]. Lutsk, VIEM, 2007, 248p.
8. Korzhov G.A. *Korporativnaya kul'tura i perspektivy yeye stanovleniya v Ukraine* [Corporate culture and prospects of its formation in Ukraine]. *Materialy yubileynoy nauch- metod. konf.* [Materials of the jubilee scientific method. conf.], Donetsk: DIU. 2001, 295p.
9. Monastyr'skyy H.L. *Teoriya orhanizatsiyi: Navch. Posibnyk* [Theory of organization: Textbook]. *Znannya* [Knowledge], 2008, 319p.
10. Ovcharenko M. I. *Analiz isnyuyuchykh metodiv diagnostyky korporativnoyi kul'tury* [Analysis of existing methods of diagnostics of corporate culture], *Marketynh innovatsiy i innovatsiyi u marketynhu: zbirnyk tez dopovidey P'yatoyi mizhnarodnoyi naukovo-praktychnoyi konferentsiyi* [Marketing innovations and innovations in marketing: a collection of abstracts of the Fifth International Scientific and Practical Conference]. Sumy : TOV «TD «Papyrus», 2011, pp. 152-154.
11. Yastrebova Ye. M. *Korporativnaya kul'tura: teoriya, istoriya, sovremennyye tendentsii: uchebnik* [Corporate culture: theory, history, modern trends: textbook], Moscow, Litera , 2009, 254p.

References (transliterated)

1. Bashuk T.O. *Doczi'l'ni'st` formuvannya korporativnoyi kul'turi na pi'dpriyemstvi`* [The advisability of forming a corporate culture at the enterprise]. *Marketing and innovation management*, 2011, vol. 10, no. 182, pp. 179-184.

Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors

Воробйова Лариса Дмитрівна (Vorobyeva Larisa Dmytrivna, Vorobiova Larisa Dmytrivna) – кандидат технічних наук, доцент кафедри економіки Кременчуцького національного університету імені Михайла Остроградського; м. Кременчук, Україна; ORCID: [orcid.org/ 0000-0001-5333-6091](https://orcid.org/0000-0001-5333-6091); e-mail: larivorobiova@gmail.com.

Таловер Володимир Адиславович (Talover Vladimir Adislavovich, Talover Volodymyr Adyslavovych) – кандидат економічних наук, старший викладач кафедри економіки Кременчуцького національного університету імені Михайла Остроградського; м. Кременчук, Україна; ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6333-1112>; e-mail: ekon@kdu.edu.ua

Н.Є. ГРИШКО, М.В. МАСЛАК, Н.В. АЗИЗОВА, А.О. СОРОКА

ІННОВАЦІЙНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО ТА ОСОБЛИВОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ СТАРТАПІВ В УКРАЇНІ

У статті досліджуються актуальні питання розвитку стартапів як інноваційних форм підприємницької діяльності. Стверджується, що стартап являє собою відносно недавно створене підприємство, бізнес якого побудовано на основі інновацій або інноваційних технологій. Зазначено, що Україна вже робить перші вдалі кроки на шляху становлення та розвитку стартапів. Водночас існують невідповідності між українським та зарубіжним досвідом такого розвитку. Проведено дослідження процесів формування стартапів в Україні. У ході здійснення дослідження виявлено, що серед передумов, що формують підґрунтя для інноваційно-орієнтованого підприємництва та розвитку стартапів, слід виділити створення відповідної інноваційної інфраструктури. Відповідно, факторами стримування розвитку стартапів виступають проблеми, пов'язані з їх реалізацією у інноваційному сегменті. Оскільки результативність заходів щодо формування потрібної інфраструктури та досяжність цільових орієнтирів за низькою маркерних показників викликає сумніви, то наголошено, що в умовах недостатності стимулів (у тому числі і фінансових) до інноваційної діяльності, розвиток бізнесу можливий за умови залучення наукових та освітніх середовищ. Такі заходи зможуть також вирішити проблему розбалансованості ринку науково-технічної продукції. Проведене дослідження підтверджує важливість сприяння розвитку стартапів, необхідність залучення до їх заснування найбільш активних представників молоді, що формують інтелектуальний потенціал країни та здатні до креативного мислення. За результатами дослідження запропоновано заходи щодо усунення перешкод на шляху до забезпечення функціонування стартап-проектів та розвитку економіки країни цілому. Особливу увагу приділено підтримці конкурентоздатних стартап-ідей уже на ранніх стадіях, що у подальшому сприяє їх перетворенню на впроваджені у практику діяльності інноваційних компаній розробки або вихід новоствореного стартап-підприємства на ринок.

Ключові слова: стартап; управління; ефективність стартапів; інвестори, інновації; підприємництво

Н. Е. ГРИШКО, М. В. МАСЛАК, Н. В. АЗИЗОВА, А. О. СОРОКА

ИННОВАЦИОННОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО И ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ СТАРТАПОВ В УКРАИНЕ

В статье исследуются актуальные вопросы развития стартапов как инновационных форм предпринимательской деятельности. Утверждается, что стартап представляет собой относительно недавно созданное предприятие, бизнес которого построен на основе инноваций или инновационных технологий. Отмечено, что Украина уже делает первые удачные шаги на пути становления и развития стартапов. В то же время существуют несоответствия между украинским и зарубежным опытом такого развития. Проведено исследование процессов формирования стартапов в Украине. В ходе проведения исследования выявлено, что среди предпосылок, формирующих основу для инновационно-ориентированного предпринимательства и развития стартапов, следует выделить создание соответствующей инновационной инфраструктуры. Соответственно, факторами сдерживания развития стартапов выступают проблемы, связанные с их реализацией в инновационном сегменте. Поскольку результативность мероприятий по формированию необходимой инфраструктуры и достижимость целевых ориентиров по маркерным показателям вызывает сомнения, то отмечено, что в условиях недостаточности стимулов (в том числе и финансовых) к инновационной деятельности, развитие бизнеса возможно при условии привлечения научных и образовательных кругов. Такие меры смогут также решить проблему разбалансированности рынка научно-технической продукции. Проведенное исследование подтверждает важность содействия развитию стартапов, необходимость привлечения к их основанию наиболее активных представителей молодежи, которые формируют интеллектуальный потенциал страны и способны к креативному мышлению. По результатам исследования предложены меры по устранению препятствий на пути к обеспечению функционирования стартап-проектов и развития экономики страны в целом. Особое внимание уделено поддержке конкурентоспособных стартап-идей уже на ранних стадиях, что в дальнейшем способствует их превращению в внедрены в практику деятельности инновационных компаний разработки или выход вновь стартап-компаний на рынок.

Ключевые слова: стартап, управление, эффективность стартапов, инвесторы, инновации, предпринимательство

N.YE. GRISHKO, M.V. MASLAK, N.V. AZIZOVA, A.O. SOROKA

INNOVATIVE ENTREPRENEURSHIP AND THE FEATURES OF STARTUP IMPLEMENTATION IN UKRAINE

The article deals with current issues of development of startups as innovative forms of entrepreneurial activity. It was claimed that a startup is a relatively recently established enterprise which business is based on innovation or innovative technologies. It was also noted that the first successful steps towards the formation and development of startups had been already done in Ukraine. At the same time, there are discrepancies between Ukrainian and foreign experiences of such development. A study of the formation of startups in Ukraine was made and it was revealed that it is necessary to highlight the creation of an appropriate innovation infrastructure among the preconditions that form the basis for innovation-oriented entrepreneurship and development of startups. Accordingly, it was emphasized that in the absence of incentives (including financial) for innovation, the business development is possible with the involvement of scientific and educational environments. Since the effectiveness of measures to form the necessary infrastructure and the achievement of targets for low markers is questionable, the factors hindering the development of startups are the problems associated with their implementation in the innovation segment. However there are measures which are able to solve the problem of imbalance in the market of scientific and technical products. The study confirmed the importance of promoting the development of startups, the need to involve the most active young people who form the intellectual potential of the country and are able to think creatively in their establishment. According to the results of the study, measures in order to remove obstacles for the ensuring the functioning of startup projects and the development of the national economy as a whole were proposed. Particular attention was paid to supporting competitive startup ideas at an early stage, which can further be contributed to the transformation of them into implemented ones or into a newly created startup.

Key words: startup, management, efficiency of startups, investors, innovations, entrepreneurship

Постановка проблеми. На глобальному рівні сьогодні спостерігається тенденція зростання нових форм підприємницької діяльності за короткий проміжок часу, у тому числі у вигляді стартапів. Враховуючи уповільнення темпів модернізації

національної економіки, існує потреба вивчення і запозичення успішного розвитку стартапів закордоном, зумовлена необхідністю переходу на засади інноваційного розвитку та забезпечення економічного зростання.

Актуальність дослідження. Сьогодні характерна ситуація входження на ринки нових гравців внаслідок подолання існуючих раніше галузевих бар'єрів. Вимушеність оборонних позицій тих підприємств, які давно на ринку (переважно за рахунок монополізації) не є перешкодою на шляху розвитку стартапів як інноваційних форм підприємництва. Поки одні українські стартапи закріплюють лідерські позиції на внутрішньому ринку (наприклад, Rozetka або Monobank), інші – претендують на міжнародний ринок (як от Grammarly, People.ai) або уже успішно працюють (GitLab, Petcube, Ugears).

Аналіз останніх досліджень та публікацій свідчить, що розвиток стартапів як прогресивних форм підприємницької діяльності досліджується у розрізі декількох наукових напрямків, зокрема: менеджменту у працях Т. Пітерса та Р. Уотермана [1], П. Грема [2] та С. Бланка [3]; теорії організацій та підприємництва у дослідженні П. Тілля [4]. Водночас недостатньо дослідженим залишається питання управління стартапами.

Мета статті полягає у дослідженні розвитку стартапів у світі та Україні з метою встановлення існуючих невідповідностей та пошуку шляхів активізації інноваційного підприємництва.

Основні результати дослідження. Стартап у широкому розумінні являє собою відносно недавно створене підприємство, бізнес якого побудовано на основі інновацій або інноваційних технологій, ресурси при цьому обмежені, а основною метою є вихід на ринок. Сем Альтман [5] виділяє такі ключові елементи кожного стартапу: ідея, якій немає аналогів, якісний продукт, команда виконавців, реалізація. При цьому на першому місці завжди сама ідея, а вже потім – стартап.

Одним з основних завдань стартапера є націленість зусиль на створення хорошого продукту. Більшість питань, пов'язаних із просуванням продукції, розвитком бізнесу, залученням інвестицій вирішуються засновниками ефективніше, коли продукт вже створений. При цьому загальними рисами найкращих ідей для стартапів є можливість самостійного втілення того, цінність чого поки не є загальноусвідомленою, але розуміється засновниками стартапу [5].

Слід відзначити, що Україна вже робить перші вдалі кроки на шляху становлення та розвитку інноваційного підприємництва та стартапів (таблиця 1) [6]. Так, за версією Forbes у рейтингу кращих стартап-роботодавців America's Best Startups Employers-2020 35-місце посів стартап GitLab (платформа для колаборації та DevOps, що створена у 2011 році харків'янином Д. Запорожцем).

Крім згаданої можливості швидкого переходу від ідеї до її практичної реалізації, стартапи характеризуються масштабістю та креативністю, що у комплексі дозволяє виходити на ринки з

конкурентоспроможним продуктом [7]. Водночас у цьому полягає найбільший ризик стартапу, а саме – у складності прогнозування того як новий товар чи послуга будуть сприйняті аудиторією. Відповідно, факторами стримування розвитку стартапів виступають проблеми, пов'язані з їх реалізацією у інноваційному сегменті.

Таблиця 1 – Кількість зареєстрованих стартап-компаній у країнах Центральної та Східної Європи, зокрема колишніх республіках СРСР

Країна	Кількість зареєстрованих стартап-компаній
Росія	623
Польща	441
Україна	306
Румунія	232
Естонія	218
Азербайджан	207
Литва	143
Болгарія	136
Чехія	124
Хорватія	87
Латвія	81
Словенія	78
Сербія	76
Словаччина	69
Білорусь	65
Грузія	16
Вірменія	13
Казахстан	11
Молдова	6
Киргизстан	5
Узбекистан	3

Обсяги залучених українськими стартапами інвестицій за 2019 рік становили 510 млн. дол. США (що у півтора рази більше за показник 2018 року – 337 млн. дол. США відповідно) [8]. При цьому фактична кількість угод за згаданий період зменшилася зі 115 до 111, що водночас свідчить про зростання середньої вартості інвестиційної угоди. Варто зазначити, що така висхідна динаміка зацікавленості інвесторів спостерігається протягом останньої декади (для порівняння: у 2013 році капітал, залучений українськими стартапами становив 97 млн дол. США).

Серед передумов, що формують підґрунтя для інноваційно-орієнтованого підприємництва та розвитку стартапів в Україні, слід виділити створення відповідної інноваційної інфраструктури. Не зважаючи на те, що Цілями сталого розвитку України задекларовано, зокрема створення фінансової та інституційної системи, яка сприятиме розвитку наукових досліджень, нажалі, результативність заходів щодо її формування та досяжність цільових орієнтирів на 2020 рік за низькою маркерних показників (рис. 1) викликає сумніви.

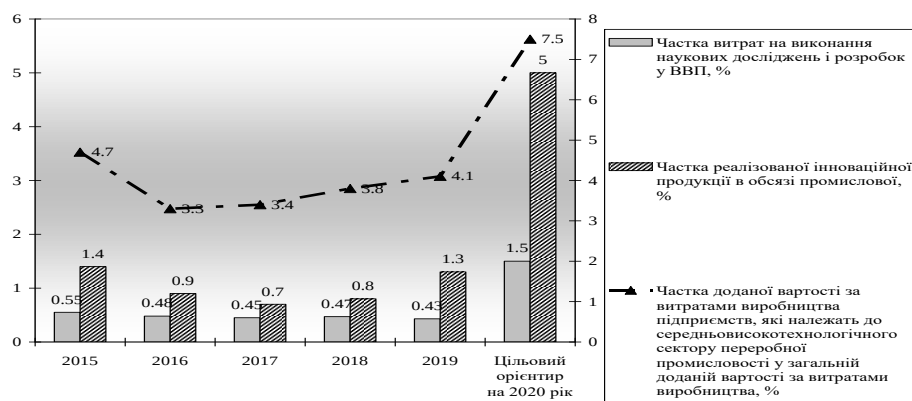


Рис. 1 Індикатори створення інноваційної інфраструктури (Інформаційне забезпечення моніторингу Цілей сталого розвитку України)

Том Пітерс та Роберт Уотерман [1] дійшли висновку, що спільними характеристиками успішних новаторських компаній виступають: орієнтація на активні дії, автономність, поєднання гнучкості та централізованості в управлінні, підтримка зворотного зв'язку з кінцевим споживачем, підвищення продуктивності роботи персоналу, незначна чисельність працівників. Серед майже «класичних» ознак стартапів слід відзначити залучення до їх заснування найбільш активних представників молоді, що формують інтелектуальний потенціал країни та здатні до креативного мислення [9, 10].

Щодо віку, то дійсно більшість стартап-ідей виникли у середовищі підлітків та двадцятирічних людей. Створити Facebook тому, хто не був студентом, було б складно. Забезпечення збільшення участі молоді у наукових дослідженнях, які є середовищем для виникнення інноваційних ідей та основного розвитку стартапів, також є однією з Цілей сталого розвитку України. Нажаль, питома вага дослідників віком до 40 років у загальній кількості дослідників України та Полтавської області протягом 2015-2019 рр. поступово зменшується (рис. 2).

важливим чинником розвитку стартапів є швидкий розвиток процесів усеохопної діджиталізації бізнесу та цифровізації економіки.

Показовим є той факт, що на інвестиції зростання припадає 439 млн. дол. США (найбільша частина залучених коштів), при чому понад половину цієї суми отримав стартап GitLab. Загалом для українських стартапів характерною є ситуація, коли найбільше інвестицій припадає на ті етапи залучення коштів на розвиток бізнесу, які є ранніми («передпосівна» та «посівна» стадії). Загалом це означає підтримку конкурентоздатних стартап-ідей уже на ранніх стадіях, що у подальшому сприяє їх перетворенню на впроваджені у практику діяльності інноваційних компаній розробки або вихід новоствореного стартап-підприємства на ринок.

Водночас в Україні недостатньо розвинена практика фінансової підтримки науки на початкових стадіях, у той час як закордоном цю функцію беруть на себе бізнес-янгели (на відміну від держави, дана група інвесторів більш схильна до ризиків та необхідності тривалого очікування окупності вкладених коштів). Тут варто зауважити, що за умов

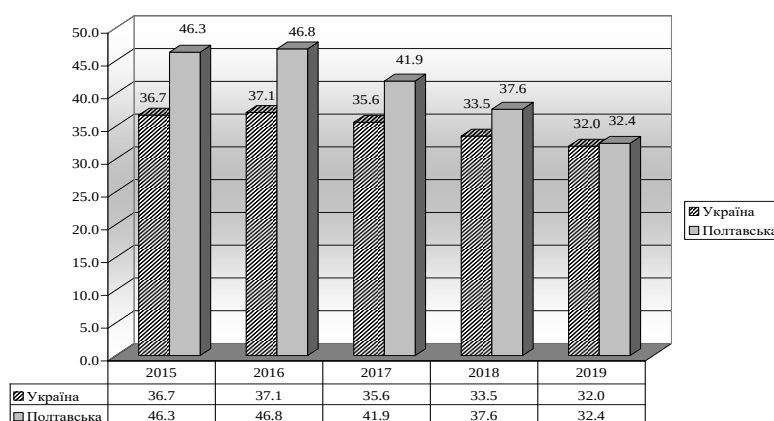


Рис. 2 Питома вага дослідників віком до 40 років, у загальній кількості дослідників України та Полтавської області

Результати річного огляду українського венчурного та приватного капіталу за 2019 рік [8] засвідчили, що переважна кількість стартапів виникає у ІТ секторі, однак це зрозуміло, враховуючи, що вклад даного сектору економіки у ВВП країни теж постійно зростає (від 3,5 % у 2017 році до майже 6% у 2019). Потрібно зазначити, що

відсутності мережі бізнес-янгелів, заклади вищої освіти в Україні та існуючі наукові організації могли б стати основою для розробки тих ідей, які у подальшому можна буде ефективно капіталізувати та комерціалізувати у вигляді стартапів за умови підтримки держави (організаційно) та бізнесу (фінансово).

Відповідно, для українських реалій підійшла б та форма управління стартапами, коли замість одиничного інноваційного прориву перевага віддається інтегрованості. Так, компанія Tesla змогла об'єднати ланцюжок дистриб'юторів машин для успішної реалізації продукції, а SpaceX навпаки – розширила мережу субпідрядників, зберігаючи єдину вертикальну структуру. У даному випадку інтегрованість не виступає тотожним поняттям до монополії, адже до появи на ринку Google вже існували інші пошукові системи, а Twitter не був першим сервісом з мікроблогінгу, однак ці компанії виявилися кращими за конкурентів, запропонувавши інноваційні підходи до вирішення задач користувачів.

Висновки і пропозиції. Активізація стартапів, хоч вони і є відносно новою формою підприємств в українській економіці, може вирішити проблему фрагментарного розвитку інноваційної інфраструктури. В умовах відсутності чітких стимулів до інноваційної діяльності, коли підтримка з боку держави є недостатньою, розвиток бізнесу можливий за умови залучення освітнього простору до формування засад стартап-освіти і забезпечення реалізації накопиченого багажу наукових ідей.

Список літератури

1. Peters, Thomas J., Waterman, Robert H. In Search of Excellence: Lessons from America's Best Run Companies. — USA: New York, Harper & Row, 1982. — 360 c.
2. Пол Грем «Де взяти ідею для стартапу?» URL: <http://paulgraham.com/startupideas.html>
3. Бланк С. Стартап. Настольная книга основателя / Стив Бланк, Боб Дорф; пер. с англ. — М.: Альпина Паблишер, 2013. — 616 с.
4. Peter Thiel (2014) Zero to One: Notes on Startups, or How to Build the Future. London: Virgin Books, 210p.
5. Sam Altman's Manifest Destiny. The New Yorker. URL: <https://www.newyorker.com/magazine/2016/10/10/sam-altmans-manifest-destiny>
6. Світовий рейтинг стартап-сервісів. URL: <https://www.startupranking.com/countries>
7. Перерва П. Г. Экономическая оценка инновационного потенциала. Монография / Под ред. проф. П. Г. Перервы и проф. Д. Коциски // Харьков-Мишкольц : НТУ „ХПИ”, Мишкольц.техн.ун-т. — 2008. — 170 с.
8. Українська асоціація венчурного капіталу та приватного капіталу (UVCA). URL: <http://uvca.eu/en>
9. Яценко Н. М., Яковенко Я. Ю. Причини безробіття молоді в Україні. URL: [http://www.kdu.edu.ua/statti/2013-1\(78\)/143](http://www.kdu.edu.ua/statti/2013-1(78)/143).
10. Maslak M. Intellectual capital as a factor of economic development of Ukraine / O. Maslak, N. Grishko, O. Hlazunova, M. Maslak // Journal of Turiba University «Acta Prosperitatis». — Turiba (Latvia), 2016. — №7. — P. 104–118.

References (transliterated)

1. Peters, Thomas J., Waterman, Robert H. In Search of Excellence: Lessons from America's Best Run Companies. — USA: New York, Harper & Row, 1982. — 360 p.
2. Pol Grem «De vzyati ideyu dlya startapu?» [“How To Get Startup Ideas”]. Available at: <http://paulgraham.com/startupideas.html>
3. Blank, S., & Dorf, B. (2013). *Startup. Nastolnaya kniga osnovatelya*. [A Startup. Founder's Handbook]. Moscow, Alpyna Pablysher, 2013. 616p.
4. Peter Thiel (2014) Zero to One: Notes on Startups, or How to Build the Future. London: Virgin Books, 210p.
5. Sam Altman's Manifest Destiny. The New Yorker. Available at: <https://www.newyorker.com/magazine/2016/10/10/sam-altmans-manifest-destiny>
6. Svitovij rejting startup-servisiv [StartupRanking: The global ranking for startups]. Available at: <https://www.startupranking.com/countries>
7. Pererva P. G. Ekonomicheskaya ocenka innovacionnogo potenciala [Economic assessment of innovative potential]. Monografiya / Pod red. prof. P. G. Perervy i prof. D. Kocziszky // Kharkov-Miskolc : NTU „KhPI”, Miskolc.tehn.un-t. — 2008. — 170 p.
8. Ukrayinska asociaciya venchurnogo kapitalu ta privatnogo kapitalu (UVCA) [Ukrainian Venture Capital and Private Equity Association: UVCA]. Available at: <http://uvca.eu/en>
9. Yacenko N. M., Yakovenko Y. Y. Prychyny bezrobittya molodi v Ukraini [Youth unemployment problems in Ukraine]. Available at: [http://www.kdu.edu.ua/statti/2013-1\(78\)/143](http://www.kdu.edu.ua/statti/2013-1(78)/143).
10. Hlazunova O. Intellectual capital as a factor of economic development of Ukraine / O. Maslak, N. Grishko, O. Hlazunova, M. Maslak // Journal of Turiba University «Acta Prosperitatis». — Turiba (Latvia), 2016. — no7. — pp. 104–118.

Надійшла (received) 16.11.2020

Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors

Гришко Наталя Євгенівна (Гришко Наталья Евгеньевна, Grishko Natalya Yevheniyivna) – кандидат економічних наук, доцент, Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського, доцент кафедри економіки; м. Кременчук, Україна; ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-1644-3861>; e-mail: 2nata.grishko@gmail.com

Маслак Марія Володимирівна (Маслак Мария Владимировна, Maslak Mariya) – кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту інноваційного підприємництва та міжнародних економічних відносин, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»; м. Харків, Україна; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3322-740X>; e-mail: mariya.maslak2016@gmail.com

Азізова Наталія Вадимівна (Азизова Наталья Вадимовна, Azizova Natalia Vadimovna) – викладач Політехнічного коледжу Кременчуцького національного університету імені Михайла Остроградського; аспірантка кафедри економіки, Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського; м. Кременчук, Україна; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9282-5282>; e-mail: azizova82@gmail.com

Сорока Андрій Олегович (Сорока Андрей Олегович, Soroka Andriy Olehovych) – аспірант кафедри економіки, Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського; м. Кременчук, Україна; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2329-9194>; e-mail: soroka_ao@ukr.net

*І. А. ЮР'ЄВА, Г.М. ГАРЯЄВА***ДІЛОВЕ СПІЛКУВАННЯ У ЗАКЛАДАХ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ**

Сучасне розуміння питання ділового спілкування багатозначне.. Мова ділової людини особлива, тому що помилки у вимові і вживанні слів відволікають співрозмовника від суті ділової розмови, а іноді і призводять до непорозуміння. Мова завжди повинна відповідати ситуації, культурному і професійному рівню слухачів. З цим пов'язане і вживання жаргонів чи сленгових виразів. Деякі із жаргонних слів дуже яскраві і точні, і якщо ужити їх у неформальній обстановці, до місця й у розмові зі співрозмовником, що напевне знає їхнє значення, то це цілком припустимо. Ділова людина повинна утриматися від уживання жаргонних слів. Мова повинна бути зрозуміла співрозмовнику. Тому варто обережніше вживати професійні слова, за допомогою яких представники однієї професії розмежовують близькі поняття, що мають для неспеціалістів загальну назву. При цьому професійні слова відрізняються від офіційних наукових термінів.. Спілкування – це міжособистісна та між групова взаємодія, основу якої становлять пізнання одне одного і обмін певними результатами психічної діяльності (інформацією, думками, почуттями, оцінками та ін.). Спосіб спілкування, що призначений для передавання інформації, можна вважати повідомлення. Спрямованість у стилі ділового спілкування може бути різною — на іншого або на себе. За допомогою спілкування передаються певні відомості від однієї людини до іншої як під час безпосереднього спілкування , так і через різні засоби масової комунікації. До способів спілкування, відносять також способи впливу однієї людини на іншу (або інших). Будь-який вплив здійснюється з метою формування, закріплення або зміни установок, поглядів, взаємин, почуттів, дій тощо. Психологічні механізми різних за природою видів впливу не однакові.

Ключові слова: спілкування; управління; заклад, готельно-ресторанний бізнес; виробництво; організація; принципи; працівник; держава; повідомлення; колектив, метод; класифікація; сфера; персонал; проблема; мова; керівник; рішення; система; .вплив; діяльність; інформація; повноваження.

*І. А. ЮРЬЕВА, А.М. ГАРЯЕВА***ДЕЛОВОЕ ОБЩЕНИЕ В ЗАВЕДЕНИЯХ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА**

Современное понимание вопроса делового общения многозначительно.. Язык делового человека - особый, потому что ошибки в произношении и употреблении слов отвлекают собеседника от сути делового разговора, а иногда и приводят к недоразумениям. Язык всегда должен отвечать ситуации, культурному и профессиональному уровню слушателей. С этим связано и употребление жаргонов или сленговых выражений. Некоторые из жаргонных слов очень яркие и точные, и если употребить их в неформальной обстановке, к месту и в разговоре с собеседником, который наверно знает их значение, то это вполне уместно. Деловой человек должен удержаться от употребления жаргонных слов. Язык должен быть понятным собеседнику. Поэтому следует осторожнее употреблять профессиональные слова, с помощью которых представители одной профессии разграничивают близкие понятия, которые имеют для неспециалистов общее название. При этом профессиональные слова отличаются от официальных научных терминов.. Общение - это межличностное и между групповое взаимодействие, основу которого представляют познание друг друга и обмен определенными результатами психической деятельности (информацией, мыслями, чувствами, оценками и др.). Спосіб об'єднання, який призначений для передачі інформації, можна вважати повідомлення. Спрямованість у стилі ділового об'єднання може бути різною - на другого або на себе. С допомогою об'єднання передаються певні відомості від одного чоловіка до другого як в час безпосереднього об'єднання , так і через різні засоби масової комунікації. До способів об'єднання, відносять також способи впливу одного чоловіка на другого (або інших). Будь-який вплив здійснюється з метою формування, упрочення або зміни установок, поглядів, взаємостосунків, почуттів, дій тощо. Психологічні механізми різних по суті видів впливу не однакові.

Ключевые слова: общение; управление; заведение; готельно-ресторанный бизнес; производство; организация; принципы; работник; государство; сообщение; коллектив; метод; классификация; сфера; персонал; проблема; язык; руководитель; решение; система; .влияние; деятельность; информация; полномочие.

*I. A. YURYEVA, G.M. GARIAIEVA***BUSINESS COMMUNICATION IN HOTELS AND RESTAURANTS**

The modern conception of communication is multifaceted. The language of a business person is special because mistakes in pronunciation and use of words distract the interlocutor from the essence of a business conversation, and sometimes lead to misunderstandings. The language must always correspond to the situation, cultural and professional level of the listeners. The use of jargon or slang expressions has a lot to do with it. Some slang words are very bright and accurate, and if you use them in an informal setting, to the point and in a conversation with an interlocutor who probably knows their meaning, then this is totally appropriate. A business person should refrain from using slang words. The language should be understandable to any interlocutor. Therefore, one should be more careful using professional words, with the help of which people from different walks of life distinguish between similar concepts that have a common name for non-specialists. At the same time, professional words differ from official scientific terms. Communication is interpersonal interaction among groups, whose basis is the knowledge about each other and exchange of certain results of mental activity (information, thoughts, feelings, assessments, etc.). One can consider a message a way to share information. The focus in the style of business communication can be different – it can be focused on another person or on the same. With the help of communication, certain information is transmitted from one person to another, both through direct communication and through different means of mass communication. Ways of communication also include ways of the influence of one person on another (or others). Any influence is carried out with the aim of forming, strengthening or changing attitudes, views, relationships, feelings, actions, etc. Psychological mechanisms of different types of influence are not the same.

Keywords: communication; management; establishment; hotel and restaurant business; production; organization; principles; employee; state; message; team; method; classification; sphere; personnel; problem; language; manager; solution; system; influence; activity; information; authority.

Вступ. Спілкування є однією з центральних проблем, через призму якої вивчаються питання сприймання і розуміння людьми одне одного. Спілкування є важливою формою людського буття, умовою життєдіяльності людей, способом їх об'єднання.. Менеджер , керівник витрачає на спілкування 50-90 % свого робочого часу. Саме

неефективне спілкування є основною перешкодою в роботі менеджера. Спілкуючись, люди обмінюються інформацією, узагальненнями, думками, почуттями.

Постановка завдання. Дослідити теорію та практику впровадження основ ділового спілкування у закладах готельно-ресторанного бізнесу.

Аналіз стану питання. Сучасне розуміння питання ділових відносин у закладах готельно-ресторанного бізнесу розглянуті закордонними та вітчизняними дослідниками, зокрема це видатні вчені: В. Андреев В. Апопій, О. Баєва К. Девіс, С. Задек, Е. Карнегі, О. Леонтьєв Г. Ленсен, М. Фрідмен, О. Шелдон, А. Базилук, Г. Башнянін, М. Бутко, В. Воробей, С. Ілляшенко, С. Князь, О. Кузьмін, А. Мудрик, Ю. Палеха, Н. Паніна, А. Панфілова Г. Сагач, Садеков, М. Стародубська, М. Туган-Барановський, Т. Холопова, С. Чернер, В. Шеїнов, Г. Щокін, В. Шаповал та низка інших. Однак невирішеною частиною цього досить актуального питання залишається аналіз стану проблеми поняття культура ділового спілкування у закладах готельно-ресторанного бізнесу. Неоднозначним залишається поняття «ділове спілкування», по-різному розкривається зміст його основних характеристик

Аналіз основних досягнень і літератури. Питання теми дослідження досить широко дослідженні вітчизняними та зарубіжними вченими, серед яких, досить глибоко визначені основні принципи, на яких ґрунтується механізм соціального партнерства. Взаємозв'язки між суб'єктами соціально-етичного ділового спілкування виникають на різних рівнях: працівників; працівників та роботодавців; профспілок та роботодавців; роботодавців та держави; працівник держава та ін. . На думку більшості авторів, ділове спілкування характеризується низкою специфічних властивостей та особливостей, які краще визначати у порівнянні з іншими видами спілкування. Характерною рисою ділового спілкування є те, що в ньому всі суб'єкти спілкування виступають в офіційних статусах, учасники орієнтовані на досягнення певної ділової домовленості.

Існуючі методи розв'язання задачі. Методологічною основою дослідження ділового спілкування є діалектичний метод пізнання дійсності в процесі трудової діяльності. Інструментами економічних методів виступають важелі та стимули. Адміністративні – це прямі методи управління з боку держави. Вони спрямовані на збалансованість інтересів суб'єктів соціально-трудових відносин. Інструментами адміністративних методів виступають закони, нормативні акти, вказівки, розпорядження. Соціально – психологічні — це опосередковані методи впливу на поведінку людей на підприємстві. Інструментами соціально-психологічних методів виступають соціальний аналіз в колективі працівників, соціальне планування, створення творчої атмосфери в колективі, участь працівників в управлінні, соціальне стимулювання розвитку колективу, задоволення культурних і духовних потреб, формування колективів, груп, створення нормального психологічного клімату. Для передавання певної інформації від однієї людини до іншої використовується такий спосіб спілкування як повідомлення. Це відбувається під час безпосереднього спілкування (мова, жести, міміка) або через різні засоби масової комунікації. До групи

психологічних способів впливу одного суб'єкта на інший відносяться переконання, навіювання (самонавіювання), психічне зараження, наслідування. Переконання – це спосіб впливу, коли людина звертається до свідомості, почуттів і досвіду людини з тим, щоб сформувати у неї нові настанови. Це такий вплив однієї людини на іншу або на групу людей, який діє на раціональне та емоційне в їх єдності, формує нові погляди, відносини.

Навіювання – це психологічний вплив однієї людини на іншу або на групу людей, що передбачає некритичне сприйняття висловлених думок і волі.

Мета роботи. Головною метою є дослідження теоретичних основ спілкування, зокрема вербальних засобів спілкування у закладах готельно-ресторанного бізнесу.

Постановка задачі. Дослідити основні поняття ділового спілкування: методи, принципи, підходи у закладах готельно-ресторанного бізнесу..

Результати дослідження. Ділове спілкування має історичний характер, на різних етапах історичного розвитку регулюється існуючими в тому чи іншому суспільстві етичними нормами. У них виражені уявлення людей про добро і зло, справедливості і несправедливості, правильності та неправильності. У перекладі з грецької мови означає етика звичай, вдачу. Етика має справу з принципами, які визначають правильне або неправильне поведіння. Сьогодні етику розуміють як вчення про мораль і моральність. Взагалі спілкування можна охарактеризувати так: комунікація, приймання і передавання інформації; взаємодія, взаємовплив; сприймання та розуміння одне одного, тобто пізнання себе та іншого. Отже, спілкування – це міжособистісна та між групова взаємодія, основу якої становлять пізнання одне одного і обмін певними результатами психічної діяльності (інформацією, думками, почуттями, оцінками та ін.). Ділове спілкування – це спілкування між співрозмовниками, які є значущими одне для одного, вони взаємодіють з приводу конкретного діла, головне завдання такого спілкування – продуктивна праця [1]. До способів спілкування, як зазначалося, відносять також способи впливу однієї людини на іншу (або інших), коли ми прагнемо "спровокувати" її поведінку в потрібному нам напрямі, знайти в системі її діяльності "слабкі місця", визначити фактори, що керують нею, і намагаємося змінити їх. Отже, будь-який вплив здійснюється з метою формування, закріплення або зміни установок, поглядів, взаємин, почуттів, дій тощо. Діловий етикет включає також дотримання правил культури поведінки, яка передбачає в першу чергу глибоку повагу особистості людини. Соціальна роль особи не повинна справляти гіпнотичного впливу на ділового партнера. Культурний підприємець буде з однаковою повагою відноситись і до вищих посадовців і до рядового технічного працівника будь-якого закладу, президента компанії, фірми, прибиральниці офісу, тобто всім показувати щирю повагу. Психологічні механізми різних за природою видів впливу не однакові. Кожний з них специфічний і застосовується за певних умов [1]. У діяльності закладів готельного і ресторанного

господарства чималого значення набувають психологічні особливості процесу обслуговування споживачів. У цьому напрямку керівники й працівники фірми повинні звертати увагу на наступні сторони своєї роботи: – культивувати конструктивні індивідуально-психологічні якості працівників, які контактують із споживачами; – направляти в позитивне психологічне русло цілісну обстановку обслуговування; – створювати умови для прояву позитивних психологічних властивостей споживачів.. В словесному етикеті ділових людей велике значення мають компліменти - приємні слова, які передають схвалення, позитивну оцінку діяльності в бізнесі, підкреслюють смак в одязі, зовнішності, збалансованість вчинків партнера, тобто оцінку розуму ділового партнера. Під час ділового спілкування завжди є місце для компліментів. Вони надихають вашого ділового партнера, надають йому впевненості, підбадьорюють. Специфіка готельно-ресторанного сервісу визначається подвійністю, що проявляється в процесі її функціонування в суспільстві. Діловий етикет вимагає особливої поведінки в спілкуванні з клієнтом. в кожному виді послуг, які надаються клієнтам є свої пріоритетні тонкощі в поведінці. Але завжди слід пам'ятати, що найголовнішими правилами поведінки є: клієнт найдорожчий і найбажаніший гість в вашому закладі (підприємстві готельно-ресторанного бізнесу). Формами ділового спілкування виступають усна: ділова бесіда, ділові наради, ділові переговори, публічні виступи, прес-конференції, дебати, презентації, дискусії; писемна: оформлення ділової кореспонденції; а засобами ділового спілкування – лінгвістичні (мовні); паралінгвістичні (голос, діапазон, тональність); оптико-кінетичні (жести, міміка, пантомімія); екстралінгвістичні (паузи, сміх, темп мови); просторовочасові (дистанція, час, місце); технічні (телефон, засоби Інтернет). З одного боку, відкриття ресторану є суспільним благом, з іншого боку – це виступає як товар, і в цій якості є об'єктом власності. Особливістю сервісної діяльності є комунікативна взаємодія, спілкування зі споживачами. Для успішної взаємодії надання й споживання послуг необхідне визначення моделі комунікативної взаємодії й умов міжособистісного спілкування. В діловій розмові потрібно уміти дати відповідь на будь-яке запитання. Навіть на найпростіше, яке задають щоденно по декілька разів. У найзагальнішому виді людське спілкування нагадує піраміду, що складається із чотирьох граней: ми обмінюємося інформацією, взаємодіємо з іншими людьми, пізнаємо їх і разом із цим переживаємо власний стан, що виникає в результаті спілкування. Спілкування можна розглядати як спосіб об'єднання індивідів, а також як спосіб їхнього розвитку. Найчастіше під спілкуванням розуміється універсальна реальність, у якій зароджуються, існує вміння спілкуватися з людьми – талант, дар, а крім того, необхідна якість для працівника індустрії гостинності [2]. Успішне оволодіння культурою спілкування, досягнення високого рівня комунікативної компетентності у спілкуванні вимагають від фахівців готельно-ресторанного бізнесу обізнаності з основами ділового

спілкування, вміння визначати цілі і завдання ділового спілкування, організовувати спілкування і управляти ним, аналізувати предмет спілкування, ставити запитання і конкретно відповідати на них, вміння досягати взаєморозуміння з клієнтами, партнерами і колегами, налагоджувати контакти, вести переговори, брати участь у ділових розмовах, дискусіях, діалогах, дебатах, круглих столах; проводити ділові наради, виступати перед широкою аудиторією і т. ін. Необхідно пам'ятати, що в ділових відносинах дрібниць немає. Для бізнесу етикет важить дуже багато Одяг, поведінка підприємця, менеджера - це його візитна картка. Про гостя починають складати уявлення відразу ж, збираючи про нього інформацію. Джерелами інформації служать поведінка бізнесмена в дорозі до місця ділової зустрічі, поведінка в готелі. Під час самої зустрічі. Таких людей небагато. І цілком очевидно, що не можна відбирати людей для роботи, роблячи цей критерій основним. Необхідно навчати працівників щиро відноситися до людей, природно посміхатися, швидко реагувати на прохання і якісно їх виконувати Науковий підхід до професійної етики частіше торкається категорію «Працівник», рідше «Керівник» виникає найбільша кількість непорозумінь і конфліктів. «Поставити відносини» усередині колективу здатна налагоджена система навчання у середині готелю, так як вона складається не тільки з особливостей повсякденної роботи, а й особливостей ділової етики, включає деталі і дрібниці, властиві тільки даному готелю, закони, за якими живе весь трудовий колектив, – а це і працівники, і керівництво. Є категорія людей, кому робота в готельно-ресторанному бізнесі просто протипоказана. Навіть пройшовши по конкурсу, і зайнявши вакантну посаду, такі люди довго не витримують і звільняються. Тому необхідна умова системи відбору кандидатів – зниження ризику потрапляння таких людей в готелі. П'яти- і чотиризіркові готелі мають сильніші відділи персоналу. І терміни «система добору», «інтерв'ювання», «атестація», «ротація», «тренінг» не тільки відомі, але й активно використовуються в повсякденній роботі. Тому, що характер роботи з персоналом в готелі і ресторані носить повсякденний характер. Підприємства в сфері обслуговування працюють цілодобово і контроль якості послуг, що надаються повинен здійснюватися цілодобово. Контроль роботи, увага до персоналу, оперативне коректування помилок і недоліків, інформованість – все це і є виконання норм ділової етики. Елементи ділової етики безпосередньо впливають на вмотивованість персоналу. Відчуття контролю, уваги до роботи, чіткого розуміння напрямків в роботі і розвитку створює відчуття впевненості в завтрашньому дні. Грошові заохочення за відмінну роботу – природний результат якісно наданих послуг. З іншого боку, є абсолютна впевненість, за що піде покарання, пропорційно тяжкості «проступку» [3]. Дотримання важливих правил поведінки з незнайомими людьми - ознака респектабельності, вихованості, впевненості в собі. існує цілий ряд правил поведінки в різних закладах готельно-ресторанного бізнесу. Довга мандрівка настроює до неквапної

бесіди. Потрібно уміти вести її перш за все, не слід зловживати увагою попутника, не намагатись якомога швидше заволодіти всіма сторонами бесіди, бо це ознака поганого тону. Інша крайність - замкнутість, суворий вид, відлюдкуватість.

Висновки. Мова будь-якої людини повинна бути правильною. Мова ділової людини – особлива, тому що помилки у вимові і вживанні слів відволікають співрозмовника від суті ділової розмови, а іноді і призводять до непорозумінь. Погана передача інформації є як причиною, так і наслідком конфлікту. Іноді не вдається знайти винного в непорозумінні. Це або споживач неправильно зрозумів інформацію, яку йому запропонував менеджер, під час інструктажу перед поселенням, чи сам менеджер не дуже чітко висловлювався. Спілкування – це міжособистісна та між групова взаємодія, основу якої становлять пізнання одне одного і обмін певними результатами психічної діяльності (інформацією, думками, почуттями, оцінками та ін.). Спосіб спілкування, що призначений для передавання інформації, можна вважати повідомлення. Всередині закладів готельно-ресторанного господарства погана комунікація може бути зумовлена технічними, організаційними, психологічними, особистісними та іншими факторами, а несвоєчасна, неповна, недостовірна інформація, її приховування спричиняють конфлікти. Культуру ділового спілкування слід розглядати як поліструктурне, динамічне, системне утворення, що є важливим компонентом загальної культури та водночас показником ефективності ділового спілкування, яке спрямоване на організацію та оптимізацію діяльності в закладах готельно-ресторанного бізнесу.

Список літератури

1. Малюк Л. П. *Професійна етика та етикет у готельно-ресторанному бізнесі*: Начальний посібник / Л. П. Малюк, Л. М. Варипасва. – Х.: ХДУХТ, 2017. – 147 с.
2. Малюк Л. П. *Концептуальні принципи формування стандартів сервісу в ресторанному бізнесі*: монографія / Л. П. Малюк, Т. П. Кононенко, Н. В. Полстяна. – Х.: ХДУХТ, 2011. – 73 с.
3. І. А. Юр'єва, В. А. Вакулюк, М. О. Пархоменко Бізнес-Етика трудових відносин на підприємстві як напрямок психології управління // *Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Економічні науки* – Х.: НТУ «ХПІ», 2017. – № 46 (1267). – С. 9–14. – Бібліогр.: 9 назв. – ISSN . 2519-4461
4. Іваненко О. *Визначення поняття, сутності та видів соціальної відповідальності: актуальні проблеми* [Definitions of the concept, nature and types of social responsibility: current problems] / О. Іваненко. [Електронний ресурс]. – Доступний з

- http://www.dniprkniga.dp.ua/46-ivanenko-o.-viznachennja-ponjattja-sutnosti-ta.html.
5. Церкасевиц Л. В. *Сучасні тенденції соціальної політики в країнах Європейського союзу*. – СПб., 2012. – С. 33.
6. Келли Д. *Психологія личностных конструкцій* / Хелл Л., Зиглер Д. Теории личности. Основные приложения, исследования и применения. СПб.: Питер, 2011 г. – 608 с.
7. Хміль Ф. І. *Ділове спілкування*: навч. посібник / Хміль Ф. І. – К.: Академвидав, 2004. – 280 с.
8. Цимбалюк І. М. *Психологія спілкування*: навч. посібник / Цимбалюк І. М. – К.: ВД «Професіонал», 2004. – 304 с.
9. Чайка Г. Л. *Культура ділового спілкування менеджера*: навч. посібник / Чайка Г. Л. – К.: Знання, 2005. – 442 с.
10. Чаффинс С. *«Стеклопаний потолок»: занимают ли женщины в США должное положение в обществе?* / Чаффинс С. // *Лидерство. Психологические проблемы в бизнесе.* – Дубна: Изд. центр «Феникс», 1997. – 176 с./

References (transliterated)

1. Malyuk L. P. *Profesijna ety'ka ta ety'ket u gotel'no-restorannomu biznesi: Nachal'ny'j posibny'k* [Professional ethics and etiquette in hotel and restaurant business] / L. P. Malyuk, L. M. Vary'payeva. – Kharkiv: XDUXT, 2017. – 147 p.
2. Malyuk L. P. *Konceptual'ni pry'ncy'py' formuvannya standartiv servisu v restorannomu biznesi* [Principles conceptual of service standards in the restaurant business]: monografiya / L. P. Malyuk, T. P. Kononenko, N. V. Polstyana. – Kharkiv: XDUXT, 2011. – 73 p.
3. I. A. Yur'yeva., V. A. Vakulyuk, M. O. Parhomenko *Biznes-Etika trudovih vidnosin na pidpriemstvi yak napryamok psihologii upravlinnya* [Business-ethics of labour relations at an enterprise as direction of management psychology] // *Visnik NTU «HPI». Seriya: Ekonomichni nauki* – Kharkiv: NTU «HPI», 2017. – no 46 (1267). – pp. 9–14 – Bibliogr.: 9 nazv. – ISSN . 2519-4461
4. Ivanenko O. *Viznachennja ponjattja, sutnosti ta vidiv social'noi vidpovidal'nosti: aktual'ni problemi*. [Elektronnij resurs]. – Dostupnij z <http://www.dniprkniga.dp.ua/46-ivanenko-o.-viznachennja-ponjattja-sutnosti-ta.html>.
5. Cerkasevich L. V. *Suchasni tendencii social'noi politiki v krajinah Evropejs'kogo sojuzu* [Modern social policy trends in the European Union countries]. – Sankt-Peterburg, 2012. – p. 33.
6. Kelly` D. *Psy`xology`ya ly`chnostnyx konstrucy`j* [The psychology of personal constructs] / L., Zigler D. Teorii lichnosti. Osnovnye prilozhenija, issledovanija i primenenija. *Sankt-Peterburg*: Piter, 2011 g. – 608p.
7. Xmil` F. I. *Dilove spilkuvannya*: navch. posibny`k [Business communication] / Xmil` F. I. – *Kiev*: Akademvy`dav, 2004. – 280 p.
8. Cy`mbalyuk I. M. *Psy`xologiya spilkuvannya* [Psychology of communication]: navch. posibny`k / Cy`mbalyuk I. M. – *Kiev*: VD “Profesional”, 2004. – 304 p.
9. Chajka G. L. *Kul`tura dilovogo spilkuvannya menedzhera* [The culture of business communication of the manager]: navch. posibny`k / Chajka G. L. – *Kiev*: Znannya, 2005. – 442 p.
10. Chaffy`ns S. *«Steklyannyj potolok»: zany`mayut ly` zhenshy`ny v SSHA dolzhnoe polozheni'e v obshhestve?* [“Glass ceiling”: does women in the US occupy a proper position in society?] / Chaffy`ns S. // *Ly`derstvo. Psy`xology`chesky`e problemy v by`znesе.* – Dubna: Y`zd. centr «Feny`ks», 1997. – 176 p./

Надійшло (received) 16.11.2020

Відомості про авторів /Сведения об авторах / About the Authors

Юр'єва Ірина Анатоліївна (Юрьева Ирина Анатольевна, Yuryeva Irina Anatolievna) – кандидат економічних наук, доцент, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», доцент кафедра економічного аналізу та обліку; м. Харків, Україна; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8159-7763>; yuryeva.irina@i.ua

Гаряєва Ганна Михайлівна (Гаряева Анна Михайловна, Gariaieva Ganna Mikhailovna) - Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», доцент кафедри права; м. Харків, Україна; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4061-1987>; e-mail: gariayeva_anna@ukr.net

T. POHORIELOVA **PERSONNEL SELECTION PROCESSES**

The purpose of this article is to address the challenges faced by HR services in selecting candidates for vacant positions. The work of any company is inevitably associated with the need for staffing. The selection of new employees not only ensures the normal functioning of the company but also lays the foundation for future success. The quality of human resources, their contribution to the achievement of the company's goals, largely depends on how effectively the work on personnel selection is performed. To achieve this goal, the main provisions for selection of personnel in the company are considered. The identified difference for the selection of personnel from recruitment. The purpose and objectives of the selection are determined, the main stages of the personnel selection process are listed, the selection methods are considered. Particular attention is paid to the consideration of problems in the selection of personnel and the development of measures to improve the selection procedure. The sequence of actions for the selection of personnel for a vacant position is described in detail, namely, it is noted that the selection process consists of five main steps. First, criteria are developed to determine how the person will be chosen. Second is a review of the applications and résumés, often done with a computer program that can find keywords. Next is interviewing the employee. The last steps involve testing, and then finally, making the offer to the right candidate. It is concluded that the selection process refers to the steps involved in choosing someone who has the right qualifications to fill a current or future job opening. Much work goes into the process of hiring someone, with selection being an important step in that process. A hiring process done correctly is time-consuming and precise.

Keywords: selection; purpose; objectives and methods of selection; selection system; personnel; personnel management.

Т. О. ПОГОРЕЛОВА **ПРОЦЕСИ ВІДБОРУ ПЕРСОНАЛУ**

Метою даної статті є розгляд проблем, з якими стикаються служби управління персоналом при відборі кандидатів на вакантні посади. Робота будь-якої компанії неминуче пов'язана з необхідністю комплектування штату. Відбір нових працівників не тільки забезпечує режим нормального функціонування компанії, але і закладає фундамент майбутнього успіху. Від того, наскільки ефективно поставлена робота з відбору персоналу, в значній мірі залежить якість людських ресурсів, їхній внесок у досягнення цілей компанії. Для досягнення поставленої мети розглянуті основні положення про відбір персоналу в компанії. Виявлено відмінність понять відбору персоналу від підбору персоналу. Визначено мету і завдання відбору, перераховані основні етапи процесу відбору персоналу, розглянуті методи відбору. Особливу увагу приділено розгляду проблем при відборі персоналу і розробці заходів щодо вдосконалення процедури відбору. Детально описується послідовність дій при відборі персоналу на вакантну посаду, а саме зазначається, що процес відбору складається з п'яти основних кроків. Спочатку розробляються критерії для визначення того, як буде обрана людина. По-друге, це огляд заяв і резюме, часто виконуваний за допомогою комп'ютерної програми, яка може знаходити ключові слова. Далі йде співбесіда зі співробітником. Останні кроки включають тестування, а потім, нарешті, висунення пропозиції про прийом на роботу. Зроблено висновок, що процес відбору відноситься до етапів вибору людей, які мають необхідну кваліфікацію, щоб заповнити поточну або майбутню вакансію. У процесі найму співробітників потрібно багато роботи, і відбір є важливим етапом в цьому процесі. Правильно проведений процес прийому на роботу трудомісткий і точний.

Ключові слова: відбір; мета; завдання та методи відбору; система відбору; персонал; управління персоналом.

Т. А. ПОГОРЕЛОВА **ПРОЦЕССЫ ОТБОРА ПЕРСОНАЛА**

Целью данной статьи является рассмотрение проблем, с которыми сталкиваются службы управления персоналом при отборе кандидатов на вакантные должности. Работа любой компании неизбежно связана с необходимостью комплектования штата. Отбор новых работников не только обеспечивает режим нормального функционирования компании, но и закладывает фундамент будущего успеха. От того, насколько эффективно поставлена работа по отбору персонала, в значительной степени зависит качество человеческих ресурсов, их вклад в достижение целей компании. Для достижения поставленной цели рассмотрены основные положения об отборе персонала в компании. Вывявлено отличие понятий отбора персонала от подбора персонала. Определены цель и задачи отбора, перечислены основные этапы процесса отбора персонала, рассмотрены методы отбора. Особое внимание уделено рассмотрению проблем при отборе персонала и разработке мероприятий по совершенствованию процедуры отбора. Детально описывается последовательность действий при отборе персонала на вакантную должность, а именно отмечается, что процесс отбора состоит из пяти основных шагов. Сначала разрабатываются критерии для определения того, как будет выбран человек. Во-вторых, это обзор заявлений и резюме, часто выполняемый с помощью компьютерной программы, которая может находить ключевые слова. Далее идет собеседование с сотрудником. Последние шаги включают тестирование, а затем, наконец, выдвижение предложения о приеме на работу. Сделано вывод, что процесс отбора относится к этапам выбора людей, которые имеют необходимую квалификацию, чтобы заполнить текущую или будущую вакансию. В процессе найма сотрудников требуется много работы, и отбор является важным этапом в этом процессе. Правильно проведенный процесс приема на работу трудоемок и точен.

Ключевые слова: отбор; цель; задачи и методы отбора; система отбора; персонал; управление персоналом.

Introduction. One of the problems of working with personnel in an organization is personnel selection process. Selection is an important process because hiring good resources can help increase the overall performance of the organization. In contrast, if there is bad hire with a bad selection process, then the work will be affected, and the cost incurred for replacing that bad resource will be high.

Analysis of recent researches and publications.

The topic of this article is relevant, since staff is the core and main driving force of any organization.

It is very important to understand that the human product is indeed one of the main vehicles for building an organization. As a general rule, all services, such as material, in most cases can be effectively used only through the efforts of human capital.

Human resources management issues are taken into account by such public figures, consultants, workers,

men. In particular, in the work of M. Armstrong, J. Adair, Thomas N., Drucker P., Kole G.A., Fischer S.D., Schoenfeld L.F., Shaul P., L. Meshall L., Ancona D., Kochan T.A., Scully M., Van Manen J. & Vestny D.E.

The main results of the study. Personnel selection is one of the most critical processes in the study of human work behavior because it determines the efficacy of many other issues of human resource management.

The selection process can be defined as the process of selection and shortlisting of the right candidates with the necessary qualifications and skill set to fill the vacancies in an organisation. The selection process varies from industry to industry, company to company and even amongst departments of the same company.

The process of selection follows a methodology to collect information about an individual in order to determine if that individual should be employed. The methodology used should not violate any laws regarding personnel selection.

Every organisation creates a selection process because they have their own requirements. Although, the main steps remain the same.

Preliminary Interview. This is a very general and basic interview conducted so as to eliminate the candidates who are completely unfit to work in the organisation. This leaves the organisation with a pool of potentially fit employees to fill their vacancies.

Receiving Applications. Potential employees apply for a job by sending applications to the organisation. The application gives the interviewers information about the candidates like their bio-data, work experience, hobbies and interests.

Screening Applications. Once the applications are received, they are screened by a special screening committee who choose candidates from the applications to call for an interview.

Applicants may be selected on special criteria like qualifications, work experience etc.

Employment Tests. Personnel testing is a valuable way to measure individual characteristics.

Hundreds of tests have been developed to measure various dimensions of behavior. The tests measure mental abilities, knowledge, physical abilities, personality, interest, temperament, and other attitudes and behaviors.

Evidence suggests that the use of tests is becoming more prevalent for assessing an applicant's qualifications and potential for success. Tests are used more in the public sector than in the private sector and in medium-sized and large companies than in small companies. Large organizations are likely to have trained specialists to run their testing programs.

Advantages of using tests: selection testing can be a reliable and accurate means of selecting qualified candidates from a pool of applicants. As with all selection procedures, it is important to identify the essential functions of each job and determine the skills needed to perform them.

Potential problems using tests: selection tests may accurately predict an applicant's ability to perform the job, but they are less successful in indicating the extent to which the individual will want to perform it.

Another potential problem, related primarily to personality tests and interest inventories, has to do with applicants honesty. Also, there is the problem of test anxiety. Applicants often become quite anxious when confronting yet another hurdle that might eliminate them from consideration.

Various types of tests are conducted, such as:

1. **Intelligence Test.** It is defined as measurement of mental ability quantitatively. This test generally includes word fluency, memory, reasoning ability, power of understanding, etc.

2. **Aptitude Test.** Aptitude refers to characteristics or abilities relating to his/her capacity to develop proficiency on specific jobs. Aptitude test is used to measure an individual's potential for development or learning on the job.

3. **Interest Test.** This test is an inventory of likes and dislikes of people in relation to occupations, hobbies and recreational activities. This test measures the basic interest of the person and tries to match it with the required job in order to find out whether the person is fit for the job or not.

4. **Personality Test.** This test proposes to discover an individual's value system, his emotional maturity, relational moods, and his intuitiveness. It helps in weeding out candidates who may not be able to get along with other people.

5. **Achievement Test.** This test seeks to determine how much individuals know about a subject. It tries to identify as to what a person has accomplished.

These tests help to measure various types of qualities and abilities of the candidates. Their use would depend upon the nature of post to be filled up and the company's policy in that regard. But excessive reliance on such tests may lead to overlooking more suitable candidates, who may not have performed well at these tests.

Employment Interview. The next step in the selection process is the employee interview. Employment interviews are done to identify a candidate's skill set and ability to work in an organisation in detail. Purpose of an employment interview is to find out the suitability of the candidate and to give him an idea about the work profile and what is expected of the potential employee. An employment interview is critical for the selection of the right people for the right jobs, it is especially significant because the applicants who reach this stage are considered to be the most promising candidates.

Interview planning is essential to effective employment interviews. The physical location of the interview should be both pleasant and private, providing for a minimum of interruptions. The interviewer should possess a pleasant personality, empathy and the ability to listen and communicate effectively.

He or she should become familiar with the applicant's qualifications by reviewing the data collected from other selection tools. In preparing for the interview, a job profile should be developed based on the job description.

The specific content of employment interviews varies greatly by an organization and the level of the job concerned, but the main ones:

- occupational experience: exploring an individual's occupational experience requires determining the applicant's skills, abilities, and willingness to handle responsibility;

- academic achievement: In the absence of significant work experience, a person's academic background takes on greater importance;

- interpersonal skills: If an individual cannot work well with other employees, chances for success are slim. This is especially true in today's world with increasing emphasis being placed on the use of teams;

- personal qualities: Personal qualities normally observed during the interview include physical appearance, speaking ability, vocabulary, poise, adaptability, and assertiveness;

- organizational fit: A hiring criterion that is not prominently mentioned in the literature is organizational fit. Organizational fit is ill-defined but refers to management's perception of the degree to which the prospective employee will fit in with, for example, the firm's culture or value system.

There are various types of interviews conducted. Some of the important ones are depicted as under:

1. Directed Interview. It is a straightforward, face to face, question and answer session of the interview. Questions are based on the job duties and other facts regarding the candidate's background information. It measures job knowledge, and also provides opportunities to observe personal characteristics, attitudes and motivation. However, it is not the best method for personality assessment.

2. Non-Directive or Depth Interview. It is applicant centered with the interviewer playing mainly a listening role. Interviewer poses a minimum of constraints on the applicant and gives him an informal environment and freedom of expression. This interviewing technique gives the applicant a chance to put forth the better side of their personality.

3. Patterned or Structured Interview. These are limited by selecting the strategic parts of the applicant's background and preparing in advance the questions that best elicit information about his/ her background. The advantage of this interview is that it helps in standardizing approach at different interviews as standard methods of recording observations and interpretation are used.

4. Group Interview. In this case, a group of applicants is interviewed simultaneously and those who give better performance are selected.

Effective interviewer must:

1. Establish an interview plan based on the purposes of interview, determine the areas and specific questions to be covered and review job requirements, application-form data, test scores and other available information before the interview.

2. Establish/maintain rapport with the applicants by greeting the applicants pleasantly, explaining the purpose of the interview, showing sincere interest in the applicant and listening carefully.

3. Be an active listener striving to understand, comprehend and gain insight into what is only suggested/implied with alert mind and appropriate body language.

4. Pay attention to nonverbal cues of the applicant such as facial expressions, gestures, body position and movements as they provide clues to the candidate's attitudes and feelings.

5. Provide information as freely and honest as possible by answering fully and frankly the applicant's questions and present a realistic picture of the job.

6. Use questions effectively to elicit truthful answers by phrasing the questions objectively without indicating what response is desired.

7. Separate facts from inferences by recording factual information and inferences separately for comparison with those of others later.

8. Recognize biases and stereotypes, particularly, the interests, experiences and background common to both the interviewer and the interviewee.

9. Control the course of interview by establishing an interview plan and sticking to it and providing the applicant with ample chance to talk but at the same time maintaining control of the situation to reach the objectives of the interview.

10. Standardize the questions asked to increase reliability by putting the same questions to all applicants for a particular job.

A candidate can be nervous, uncommunicative, or even talkative:

1. Nervous Candidates. In order to ascertain the knowledge content to the extent possible, nervous candidates should be greeted warmly, engaged in more small talks than usual, identify the areas of interest, and point out facilities available within the organization. For such candidates, the interviewer should start with specific and fact-based questions that are easy for the candidate to answer and unlikely to be stressful.

Gradually, his/her confidence will build. It is advisable to speak slowly to such candidates in a relaxed and informal manner.

2. Uncommunicative Candidates. There are many individuals who are, by nature, reserved or uncommunicative. These candidates simply need to be encouraged to share their thoughts. It has also been evidenced that they can be made vocal using silence. If the interviewers become silent for a little time, the candidate starts answering the question asked earlier.

A candidate may not be able to state strengths and weaknesses. If any candidate has trouble in answering a particular question, he/she may be asked some other question. The same question could be asked again later. Such candidates may be given some time to think before responding to the questions.

3. Talkative Candidates. Talkative employees can be very good performers and hence should not be neglected. Candidates, who talk too much, often tell about things unrelated to the job or interview question as they move out of the track.

They should not be neglected but rather managed. Such candidates may be reminded about the time constraints. They should be told that the interviewer will be following a structure and stress on the time available for each section of the interview. The conversation can be redirected.

Checking References. The person who gives the reference of a potential employee is also a very important source of information. The referee can provide info about the person's capabilities, experience in the previous companies and leadership and managerial skills. The information provided by the referee is meant to be kept confidential with the HR department.

This step is used to check the accuracy of application form through former employers and references. Verification of education and legal status to work, credit history and criminal record are also made.

Personal reference checks may provide additional insight into the information furnished by the applicant and allow verification of its accuracy.

Past behavior is the best predictor of future behavior. It is important to gain as much information as possible about past behavior to understand what kinds of behavior one can expect in the future.

Knowledge about attendance problems, insubordination issues, theft, or other behavioral problems can certainly help one avoid hiring someone who is likely to repeat those behaviors.

Background investigations primarily seek data from references supplied by the applicant including his or her previous employers. The intensity of background investigations depends on the level of responsibility inherent in the position to be filled.

Medical Examination. The medical exam is also a very important step in the selection process. Medical exams help the employers know if any of the potential candidates are physically and mentally fit to perform their duties in their jobs. A good system of medical checkups ensures that the employee standards of health are higher and there are fewer cases of absenteeism, accidents and employee turnover.

It usually has at least three basic objectives – to ascertain if the applicant can meet the physical demands of the job; to provide a record to protect the organisation against claims for previously incurred injuries; and to prevent communicable diseases from entering the organisation. And finally, when a candidate who is found physically fit, he/she is moved to the next stage.

Final Selection and Appointment Letter. This is the final step in the selection process. After the candidate has successfully passed all written tests, interviews and medical examination, the employee is sent or emailed an appointment letter, confirming his selection to the job. The appointment letter contains all the details of the job like working hours, salary, leave allowance etc. Often, employees are hired on a conditional basis where they are hired permanently after the employees are satisfied with their performance.

The major factors which determine the steps involved in a selection process are as follows:

1. Various steps involved in a selection process depend on the type of personnel to be selected. For example, more information is required for the selection of managerial personnel as compared to workers. Therefore, selection process for managerial personnel has to be more comprehensive as compared to that for workers.

2. Selection process depends on the sources of recruitment and the method that is adopted for making

contact with the prospective candidates. In each type of method, selection process involved is different to some degree. For example, in the case of advertisement, selection process is more comprehensive and time-consuming, whereas in the case of campus recruitment, the process is shortened and may be completed in a day.

3. Selection process depends on the number of candidates that are available for selection. If the number is large enough, there is a need for creating various filtering points and reducing the number of applicants at each successive point. However, where the number of applicants is small, lesser number of filtering points are required.

4. Organization's selection policy also determines the steps which may be involved in selection process. For example, there are various organizations which conduct selection tests for a position like management trainee whereas many organizations simply go through interviews only.

All the above factors are not mutually exclusive, rather these operate simultaneously. In any case, the basic objective of a selection process is to collect as much relevant information about the candidates as is possible so that the most suitable candidates are selected. A comprehensive selection process involves the various steps.

Importance of the Selection Process:

Proper selection and placement of employees lead to growth and development of the company. The company can similarly, only be as good as the capabilities of its employees.

The hiring of talented and skilled employees results in the swift achievement of company goals.

Industrial accidents will drastically reduce in numbers when the right technical staff is employed for the right jobs.

When people get jobs they are good at, it creates a sense of satisfaction with them and thus their work efficiency and quality improves.

People who are satisfied with their jobs often tend to have high morale and motivation to perform better.

The objectives of the selection process are to select the candidates whose success probability in the job is the highest and motivate right candidates to opt for the vacancy by a proper presentation of the organization to the potential candidates.

In many HR departments, recruiting and selection are combined and called the employment function. In large HR departments, the employment function is the responsibility of the HR Director.

In smaller departments, HR managers handle these duties.

The selection process relies on three helpful inputs:

1. Job analysis information provides the description of the jobs, the human specifications and the performance standards each job requires.

2. Human resource plans tell HR managers what job openings are likely to occur. These plans allow selection to proceed in a logical manner.

3. Finally, recruits are necessary so that the HR manager has a group of people from which to choose.

These three inputs largely determine the effectiveness of the selection process.

The selection process is a series of steps through which applicants pass. Failure of any step disqualifies the candidate from attempting the next step.

However, it is not necessary that all these steps are involved in every selection process. The basic idea in a selection process is to solicit maximum possible information about the candidates to ascertain their suitability for the employment. Since there are various factors which affect the seeking of such information, the same type of selection process cannot be applied in all types of selection.

Before filling a position, the HR manager of a company must clearly define the skills, experience, character, educational background, work experience, technical skills and competencies, they must possess. It is important to have several interviews with the same person — and not to hire from one interview. The person may not present the same later, and HR manager may get fresh insights from different meetings.

Too many hiring decisions are made out of operation. The following scenarios occur repeatedly; a key manager quits and must be replaced now; rapid growth forces a company to fill positions without enough forethought; programmers are so scarce that anyone will do.

If we hire employees in haste, we may find out later that the new recruits are not trustworthy or competent. If an HR manager is unable to conduct a thorough, timely hiring process, hire a temporary or leased employee or borrow an employee from another company.

Conclusions. Personnel selection is the methodical process used to hire (or, less commonly, promote) individuals. Although the term can apply to all aspects of the process (recruitment, selection, hiring, onboarding, acculturation, etc.) the most common meaning focuses on the selection of workers.

The selection of personnel helps in hiring only the desired candidates. The correct selection of personnel reduces training cost because the qualified candidates will be good at grasping the techniques of work.

References

1. *Human Resource Management*. - Minneapolis, MN : University of Minnesota Libraries Publishing Edition. - 2016.
2. Bryant A. The X Factor When Hiring. *New York Times*, accessed July 12, 2011.
3. Hamm L. Pre-Employment Testing, IHD Corporation, n.d., accessed August 2, 2011.
4. Михайлова Л.І. *Управління персоналом*. Навчальний посібник. – К.: Центр навчальної літератури. – 2007. – 248 с.
5. Бондарчук К. Профорієнтація як складова відтворення людського потенціалу в Україні. *Україна: аспекти праці*. – 2007. – №7. – С. 24-26.
6. Watts A. and Fretwell D. *Public Policies for Career Development*. Washington DC, World Bank. – 2004. – 42 c.

7. Балабанова Л.В., Сардак О.В. *Управління персоналом*. Підручник. – К. : Центр навчальної літератури. – 2011. – 468 с.
8. Веснин В.Р. *Практический менеджмент персонала: Пособие по кадровой работе*. – М. : Юристъ. – 2001. – 496 с.
9. Крушельницька О.В., Мельничук Д.П. *Управління персоналом*. Навч. посібник. Видання друге, перероблене й доповнене. – К. : Кондор. — 2012. – 308 с.
10. Егоршин А.П. *Основы управления персоналом*. - М.: ИНФРА-М, 2016. - 352 с.
11. Погорелова Т.О. Інноваційні технології в управлінні персоналом на сучасному підприємстві. *Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» (економічні науки)* – Х.: НТУ «ХПІ». - 2018. – №15(1291). – С. 101-104.
12. Погорелова Т.О. Оцінка ефективності менеджменту підприємства. *Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» (економічні науки). Збірник наукових праць*. – Х.: НТУ «ХПІ». - 2020. – №1(2020). – С. – 79-83.

References (transliterated)

1. *Human Resource Management*. - Minneapolis, MN : University of Minnesota Libraries Publishing Edition. - 2016.
2. Bryant A. The X Factor When Hiring. *New York Times*, accessed July 12, 2011.
3. Hamm L. Pre-Employment Testing, IHD Corporation, n.d., accessed August 2, 2011.
4. Mykhailova L.I. *Upravlinnia personalom* [Human Resource Management]. Navchalnyi posibnyk. – Kiev: Tsentr navchalnoi literatury. – 2007. – 248 p.
5. Bondarchuk K. Proforiientatsiia yak skladova vidtvorennia liudskoho potentsialu v Ukraini [Career guidance as a component of human reproduction in Ukraine]. *Ukraina: aspekty pratsi* [Ukraine: aspects of work]. – 2007. – no7. – pp. 24-26.
6. Watts A. and Fretwell D. *Public Policies for Career Development* [State policy of career development]. Washington DC, World Bank. – 2004. – 42 p.
7. Balabanova L.V., Sardak O.V. *Upravlinnia personalom* [Human Resource Management]. Pidruchnyk. – Kiev: Tsentr navchalnoi literatury. – 2011. – 468 p.
8. Vesnyn V.R. *Praktycheskyi menedzhment personala* [Practical personnel management]. Posobyie po kadrovoi rabote. – Moscow: Yuryst. – 2001. – 496 p.
9. Krushelnitska O.V., Melnychuk D.P. *Upravlinnia personalom*. [Human Resource Management]. Navch. posibnyk. Vydannia druhe, pereroblene y dopovnene. – Kiev: Kondor. — 2012. – 308 p.
10. Ehorshyn A.P. *Osnovy upravleniya personalom* [Personnel Management Basics]. - Moscow: YNFRA-M, 2016. - 352 p.
11. Pohorielova T.O. Innovatsiini tekhnolohii v upravlinni personalom na suchasnomu pidpriemstvi [Innovative technologies in personnel management in a modern enterprise]. *Visnyk Natsionalnoho tekhnichnoho universytetu «Kharkivskiy politekhnichnyi instytut» (ekonomichni nauky)* [Bulletin of the National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute" (economics)]. - Kharkiv: NTU «KhPI». - 2018. – no15(1291). – pp. 101-104.
12. Pohorielova T.O. Otsinka efektyvnosti menedzhmentu pidpriemstva [Evaluation of the effectiveness of enterprise management]. *Visnyk Natsionalnoho tekhnichnoho universytetu «Kharkivskiy politekhnichnyi instytut» (ekonomichni nauky). Zbirnyk naukovykh prats* [Bulletin of the National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute" (economics). Collection of scientific works]. – Kharkiv: NTU «KhPI». - 2020. – no1(2020). – pp. 79-83.

Надійшла (received) 16.11.2020

Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors

Погорелова Тетяна Олексіївна (Погорелова Татьяна Алексеевна, Pohorielova Tetiana) – Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», доцент кафедри менеджменту інноваційного підприємства та міжнародних економічних відносин, м. Харків, Україна; ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-8246-7135>; e-mail T_Pogorelova@ukr.net

Н.Е. АВАНЕСОВА, І.Ю. НЕЧУНЕСЬВА

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНИХ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ КАДРОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВ

У статті проведено дослідження теоретико-методологічних підходи до управління кадровим потенціалом підприємств у сучасних мінливих умовах України. З'ясовано, що однією із основних проблем вітчизняних підприємств є невідповідність структури персоналу потребам виробництва, що свідчить про неефективність управління кадровим потенціалом. Визначено необхідність проведення аналізу теоретико-методологічних підходів до управління кадровим потенціалом підприємств з метою виявлення напрямків щодо їх удосконалення. Систематизовані та узагальнені підходи щодо трактування категорії трудовий потенціал та доведено, що під цим поняття розуміється реальною і можливою в майбутньому кількістю та якістю праці, якою володіє суспільство, колектив організації, індивід за даного рівня розвитку науки і техніки, і яка визначається кількістю працездатного населення, його професійно-освітнім рівнем. У результаті ототожнення наукових праць вчених виявлено, що людський капітал підприємства – це сукупність якостей, які визначають продуктивність праці всього персоналу і можуть стати джерелом доходів для працівників і підприємства. При цьому якостями, що визначають продуктивність праці є: здоров'я, здібності, освіта, професіоналізм і мобільність працівників всього підприємства. Доведено, що кадровий потенціал поєднує висококваліфікованих працівників, які характеризуються професійною придатністю, компетентністю, досвідом роботи, особистими морально-етичними якостями і здатних до розвитку нових навичок, що мають бажання та можливість здійснювати трудову діяльність, що відповідає рівню їхньої освіти. Розроблено схему співвідношення категорій трудового потенціалу, людського капіталу та кадрового потенціалу підприємства. Зроблено висновок, що аналіз теоретико-методологічних підходів до управління кадровим потенціалом підприємств вказує на те, що у науці переважно розглядаються підходи до управління трудовим потенціалом та людським капіталом. Це не дозволяє ефективно управляти кадровим потенціалом підприємств та забезпечувати відповідність кадрової структури потребам виробництва у відповідності із трудовим потенціалом підприємства та ринку праці.

Ключові слова: кадровий потенціал; управління персоналом; менеджмент; трудовий потенціал; людського капіталу.

Н.Э. АВАНЕСОВА, И.Ю. НЕЧУНЕЕВА

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИХ ПОДХОДЫ К УПРАВЛЕНИЮ КАДРОВЫМ ПОТЕНЦИАЛОМ ПРЕДПРИЯТИЙ

В статье проведено исследование теоретико-методологических подходы к управлению кадровым потенциалом предприятий в современных меняющихся условиях Украины. Выяснено, что одной из основных проблем отечественных предприятий является несоответствие структуры персонала потребностям производства, что свидетельствует о неэффективности управления кадровым потенциалом. Определена необходимость проведения анализа теоретико-методологических подходов к управлению кадровым потенциалом предприятий с целью выявления направлений по их совершенствованию. Систематизированы и обобщены подходы к трактовке категории трудовой потенциал и доказано, что под этим понятие понимается реальной и возможной в будущем количеством и качеством труда, которым располагает общество, коллектив организации, индивид при данном уровне развития науки и техники и которое определяется численностью трудоспособного населения, его профессионально-образовательным уровнем. В результате отождествления научных трудов ученых выявлено, что человеческий капитал предприятия – это совокупность качеств, которые определяют производительность труда всего персонала и могут стать источником доходов для работников и предприятия. При этом качествами, определяющими производительность труда являются: здоровье, способности, образование, профессионализм и мобильность работников всего предприятия. Доказано, что кадровый потенциал объединяет высококвалифицированных работников, которые характеризуются профессиональной пригодностью, компетентностью, опытом работы, личными морально-этическими качествами и способных к развитию новых навыков, которые имеют желание и возможность осуществлять трудовую деятельность, что соответствует уровню их образования. Разработана схема соотношения категорий трудового потенциала, человеческого капитала и кадрового потенциала предприятия. Сделан вывод, что анализ теоретико-методологических подходов к управлению кадровым потенциалом предприятий указывает на то, что в науке в основном рассматриваются подходы к управлению трудовым потенциалом и человеческим капиталом.

Ключевые слова: кадровый потенциал; управление персоналом; менеджмент; трудовой потенциал; человеческий капитал.

N. AVANESOVA, I. NECHUNEIEVA

THEORETICAL AND METHODOLOGICAL APPROACHES TO MANAGING THE HUMAN RESOURCES POTENTIAL OF ENTERPRISES

The article examines theoretical and methodological approaches to managing the human resources potential of enterprises in modern changing conditions of Ukraine. It is found out that one of the main problems of domestic enterprises is the discrepancy between the structure of personnel and the needs of production, which indicates the inefficiency of Personnel potential management. The necessity of analyzing theoretical and methodological approaches to managing the personnel potential of enterprises in order to identify directions for their improvement is determined. Systematized and generalized approaches to the interpretation of the category of Labor potential and proved that this concept is understood as the real and possible in the future quantity and quality of Labor, which is owned by society, the collective of the organization, an individual at this level of development of Science and technology, and which is determined by the number of working-age population, its professional and educational level. As a result of the identification of scientific works of scientists, it is revealed that the human capital of an enterprise is a set of qualities that determine the labor productivity of all personnel and can become a source of income for employees and the enterprise. At the same time, the qualities that determine labor productivity are: health, abilities, education, professionalism and mobility of employees of the entire enterprise. It is proved that the human resources potential unites highly qualified employees who are characterized by professional suitability, competence, work experience, personal moral and ethical qualities and are capable of developing new skills, have the desire and ability to carry out work activities that correspond to the level of their education. A scheme of correlation between the categories of Labor potential, human capital and human capital of the enterprise is developed, it is concluded that the analysis of theoretical and methodological approaches to managing the human potential of enterprises indicates that science mainly considers approaches to managing labor potential and human capital. This does not allow us to effectively manage the personnel potential of enterprises and ensure that the personnel structure meets the needs of production in accordance with the Labor potential of the enterprise and the labor market.

Keywords: human resources potential; personnel management; management; labor potential; human capital.

Вступ Для вітчизняної економіки найбільш гостро постає проблема невідповідності попиту і пропозиції робочої сили на ринку праці. Для підприємств це призводить до зниження ефективності їх діяльності за рахунок невиконання планів у строки та виникнення додаткових витрат на персонал. Для економіки в цілому це виявляється у зростанні безробіття та соціальної напруги у суспільстві, а також створює умови для розгортання кризових процесів у тих галузях промисловості, для яких характерним є постійне зменшення кадрового потенціалу. Однією із основних проблем вітчизняних підприємств є невідповідність структури персоналу потребам виробництва, що свідчить про неефективність управління кадровим потенціалом.

Постановка задачі. Неефективною залишається система формування робочих місць на підприємствах, бо при цьому має враховуватися трудовий потенціал на ринку праці та на рівні самого підприємства, а також характеристики наявного людського капіталу підприємств. Досвід зарубіжних країн свідчить про важливість формування та ефективного використання кадрового потенціалу підприємств для вирішення окреслених проблем. Все це вказує на необхідність проведення аналізу теоретико-методологічних підходів до управління кадровим потенціалом підприємств з метою виявлення напрямків щодо їх удосконалення. Це також потребує дослідження категорій трудового та кадрового потенціалу, а також людського капіталу підприємств..

Мета роботи. Метою статті є формування теоретико-методологічних підходів до управління кадровим потенціалом підприємств України.

Аналіз основних досягнень і літератури.

Сучасний стан розвитку наукової управлінської думки характеризується наявністю значної кількості досліджень сутності трудового потенціалу та людського капіталу. Трудовий потенціал розглядається як на рівні держави, регіону, так і для окремої галузі чи підприємства у працях таких відомих вчених-економістів, як: Мандрик І.П. [1], Крамаренко В.І. [2], Гонтюк В.А. Сидорова А.В. [4-5], Махначова Н.М. [6], Ястремська О.М., Доуртмес П.О. [7], Болотова О.О. [8], Новікова М.М., Мажник Л.О. [9], Баніт О.В. [10], Білецька К.В. [11], Попович В.В., Добрянська Н.А. [12],

Однак, незважаючи на проведені цими вченими дослідження залишаються невирішеними питання формування універсальних та дієвих теоретико-методологічних підходів до управління кадровим потенціалом підприємств.

Викладення основного матеріалу дослідження.

Трудовий потенціал є реальною і можливою в майбутньому кількістю та якістю праці, якою володіє суспільство, колектив організації, індивід за даного рівня розвитку науки і техніки, і яка визначається кількістю працездатного населення, його професійно-освітнім рівнем [1]. Дуже важливою складовою трудового потенціалу є здоров'я, тривалість життя,

спроможність зберігати особисті та представницькі функції протягом певного періоду. Один із методологічних підходів до цієї проблеми свідчить таке. Базовими складовими людського потенціалу є здоров'я та довголіття, інформованість (освіченість), доступність ресурсів, потрібних для гідного рівня життя, можливість брати участь у суспільному житті [2]. Так, Гонтюк В.А. характеризує трудовий потенціал як «інтегральну динамічну систему, яка включає демографічну, економічну і соціальну підсистеми, об'єднані спільністю трудової діяльності», а також «як ресурси праці, які визначають сукупність можливостей населення до активної трудової, підприємницької, інноваційної діяльності в комплексі з умовами та якістю їх використання у сфері праці» [4]. Махначова Н.М. трактує трудовий потенціал як «комплексну категорію, яка відображає інтегральну сукупність властивостей та можливостей працівників підприємств та організацій» [6]. Дуже часто трудовий потенціал людини, колективу, суспільства розглядається як система, що містить багато складових, що формуються упродовж життя завдяки інвестиціям у здоров'я, виховання, освіту, набуття професійного досвіду [6].

Трудовий потенціал підприємства – це наявні у дійсний час і прогнозовані в майбутньому трудові можливості підприємства. Трудовий потенціал підприємства характеризується середньообліковою чисельністю персоналу та його структурою, його професійно-освітнім рівнем, іншими якісними характеристиками. Трудовий потенціал також в себе включає можливості з працевлаштування персоналу (систему робочих місць). Трудовий потенціал підприємства може розглядатися як фонд ресурсів праці, що представляє собою добуток середньорічної чисельності працівників на середню тривалість робочого часу (в днях, годинах, місяцях). У такому разі розраховується трудовий потенціал у людино-годинах, людино-днях, людино-місяцях [7].

Якщо аналізувати визначення трудового потенціалу, запропоноване В.В. Онікієнко, то трудовий потенціал підприємства включає в себе всі складові людського капіталу, а також чисельність і структуру персоналу, фонд робочого часу до виходу на пенсію [8].

У науці сформувалося три підходи до трактування категорії трудового потенціалу: ресурсний – трудовий потенціал розглядається як ресурс праці; факторний – трудовий потенціал є формою втілення особистісного фактору виробництва; ресурсно-факторний (інтегральний), у відповідності із яким трудовий потенціал є формою втілення самої праці [9] Дуже часто вченими ототожнюються поняття трудового потенціалу та людського капіталу. Однак, ці поняття мають свою специфіку.

Незважаючи на це, у науці дуже часто категорія кадрового потенціалу замінюється трудовим потенціалом чи навпаки. Саме тому виникає необхідність з'ясування сутності цих понять.

Баніт О.В. розглядає економічну категорію «людський капітал» як відносини між людьми щодо формування продуктивних здібностей людини та їх використання з метою отримання доходу. Процес

відтворення людського капіталу охоплює три стадії: формування – народження, розвиток, виховання людини, здобуття нею первинної загальної і професійної освіти, формування культурного кругозору, певних норм економічної і соціальної поведінки; залучення у сферу суспільного виробництва, що здійснюється шляхом пошуку робочого місця та працевлаштування у певних сферах економічної діяльності; використання і розвитку шляхом участі у трудовій, інноваційній та підприємницькій діяльності, забезпеченні здобуття професійного досвіду та підвищення кваліфікації на виробництві. Категорія «людський капітал», яка є синтетичною, поєднує властивості різнопланових економічних явищ: стосовно людини – її здатність до праці; стосовно капіталу – здатність створювати дохід [10].

Людський капітал підприємства – це сукупність якостей, які визначають продуктивність праці всього персоналу і можуть стати джерелом доходів для працівників і підприємства. При цьому якостями, що визначають продуктивність праці є: здоров'я, здібності, освіта, професіоналізм і мобільність працівників всього підприємства.

Білецька К.В. акцентує увагу на тому, що розвиток людського капіталу передбачає навчання, виховання, життєвий досвід. Трудовий потенціал є набагато ширшим і включає в себе також природні здібності. Таким чином, трудовий потенціал підприємства значно ширше категорії людського капіталу [11].

Слід зазначити, що кадровий потенціал є складовою частиною трудового потенціалу підприємства. В більшості економічних джерел назва термінів використовується як синоніми. Розкриваючи особливості категорії «трудовий потенціал», Попович В.В., Добрянська Н.А. визначає її місце у системі близьких за змістом категорій у такий спосіб: інтегруючи у собі зміст категорій «робоча сила», «трудові ресурси», «людський капітал», «персонал», «кадри», трудовий потенціал відображає найбільш широкий спектр можливостей наявного ресурсу праці суспільства [12]. Гонтюк В.А. Сидорова А.В. вважає, що кадровий та трудовий потенціали у широкому розумінні тотожні – це людський капітал, людський розвиток. Відмінність між ними полягає в тому, що «трудовий потенціал» має територіальну прив'язку та являє собою сукупність кількісних і якісних характеристик економічно активного, працездатного населення певної території, які визначають можливості цієї категорії населення виступати в ролі потенційних працівників; «кадровий потенціал підприємства» – це сукупність кількісних і якісних характеристик персоналу, зайнятого на підприємстві, куди відносять кількість працівників, їх вік, стать, освітній рівень та професійно-кваліфікаційні здібності [5].

Таким чином, в численних публікаціях у фаховій літературі кадровий потенціал часто ототожнюється з трудовим потенціалом, хоча, на наш погляд, ці поняття відрізняються один від одного. Трудовий потенціал характеризує показники робочої сили на ринку праці відповідно до структури робочих місць конкретного

підприємства, а кадровий потенціал містить у собі особливості структури персоналу підприємства з урахуванням кількісних та якісних показників людей, що здійснюють трудову діяльність.

Трудовий потенціал може використовуватися для характеристики держави, галузі, регіону, підприємства. Кадровий потенціал характеризує тільки наявні характеристики кількісних та якісних аспектів робітників, які працюють на окремих підприємствах та установах, в галузях, регіонах [9].

Зазначимо, що кадровий потенціал поєднує висококваліфікованих працівників, які характеризуються професійною придатністю, компетентністю, досвідом роботи, особистими морально-етичними якостями і здатних до розвитку нових навичок, що мають бажання та можливість здійснювати трудову діяльність, що відповідає рівню їхньої освіти [10].

Досі немає єдиного трактування цього поняття, і різні автори вкладають у нього неоднаковий зміст. Такі вчені як Мандрик І.П. і Крамаренко В.І. вважають, що кадровий потенціал – це інтегральна оцінка кількісних і якісних характеристик економічно активного населення [1, 2], а Доуртмес П.О. [7], Болотова О.О. [8] визначають кадровий потенціал як сукупність працездатного населення з урахуванням інтелектуального розвитку, знань, умінь, досвіду, духовних цінностей, звичаїв, традицій, переконань і патріотизму. Вони вважають, що поняття «кадровий потенціал» є ширшим, ніж поняття «трудові ресурси» (яке донедавна широко застосовувалося в економічній літературі), тому що, воно характеризує не лише загальну чисельність індивідів, а й включає сукупність різних якостей людей, що визначають працездатність. Однак, «працездатне населення» не тотожне «економічно активному населенню». В. Щетиніна визначає кадровий потенціал як персоналізовану роботу силу, яка розглядається в сукупності своїх якісних характеристик, а Махначова Н.М. вважає, що кадровий потенціал являє собою сукупність здібностей та можливостей кадрів забезпечувати досягнення цілей довгострокового (перспективного) розвитку підприємства [6].

Аналіз теоретичних розробок вчених з менеджменту дозволяє дійти висновку, що кадровий потенціал являє собою сукупність явних та прихованих можливостей, вроджених і набутих здібностей економічно активного населення.

За результатами проведеного аналізу можна зробити висновок про те, що у науці переважно розглядаються підходи до управління трудовим потенціалом та людським капіталом. При цьому головним обмеженням цих підходів є недостатність уваги до питань формування та ефективного використання кадрового потенціалу як стабільного ядра висококваліфікованого персоналу промислових підприємств. Саме тому, виникла необхідність дослідження категорій трудового та кадрового потенціалу, а також людського капіталу. У рамках дослідження категорії трудового потенціалу та людського капіталу досить складно вирішувати проблеми управління кадровим потенціалом

промислових підприємств. Саме тому вченими активно досліджуються проблеми кадрового потенціалу. Так, Баніт О.В. наводить авторське визначення кадрового потенціалу підприємства як сукупності висококваліфікованих працівників, що складають стабільне ядро персоналу, які володіють фізичними та інтелектуальними здібностями, необхідними для висококваліфікованої трудової діяльності, характеризуються професійною придатністю, компетентністю, досвідом роботи, особистими морально-етичними якостями, здібностями до розвитку нових навичок [10].

Досить повне визначення кадрового потенціалу підприємства також надається у роботі [3], де під кадровим потенціалом розуміється як відкрита соціально-економічна система, яка включає в себе сукупний ефект від взаємодії кадрів певного складу та структури, які володіють відповідними до потреб підприємства загальноосвітніми та професійними знаннями і навичками, рівнем творчості, людськими якостями, рівнем мотивації для забезпечення ефективного функціонування підприємства, досягнення мети його довгострокового розвитку в ринковому середовищі, що постійно змінюється та завчасної адаптації до його змін.

При цьому, необхідно враховувати поняття довгострокового кадрового потенціалу. Довгостроковий кадровий потенціал включає в себе працівників, які можуть вирішувати завдання розвитку виробництва. Важливо виділяти дві його складові: поточний і цільовий накопичувальний. Поточний кадровий потенціал являє собою персонал, який спочатку розглядається адміністрацією виключно для виконання основних операцій виробництва. Цільовий накопичувальний кадровий потенціал призначений для вирішення завдань стратегічного розвитку, розширення виробництва, підвищення його конкурентоспроможності. Це резерв, який вимагає своєї системи управління. Він не призначений для вирішення звичайних поточних завдань [3].

Таким чином, на основі проведеного аналізу встановлено, що кадровий потенціал являє собою висококваліфікованих фахівців, які представляють собою ядро, певний резерв висококваліфікованих, багатопрофільних та мобільних фахівців, що у будь-який час можуть формувати основи для приведення у відповідність потреб виробництва, а також структури і характеристик персоналу. Для того, щоб забезпечити стимули до праці керівники і використовують систему управління кадровим потенціалом. Все це відображено на рис. 1, де представлено співвідношення понять трудового потенціалу, людського капіталу та кадрового потенціалу.

Управління кадровим потенціалом повинно сприяти упорядкуванню, збереженню, вдосконаленню і розвитку персоналу. Управління кадровим потенціалом має розглядатися як система, що містить у собі сукупність таких процесів: планування структури кадрів та стабільного ядра, оцінка кадрового потенціалу та діагностика фактичної кадрової структури, формування та розвиток кадрового потенціалу.



Рисунок 1 – Співвідношення категорій трудового потенціалу, людського капіталу та кадрового потенціалу підприємства (розроблено автором)

Важливе місце у процесах формування та розвитку кадрового потенціалу займають питання стимулювання та мотивації кадрів до навчання та підвищення продуктивності. У існуючій практиці управління кадровим потенціалом завдання формування та ефективного використання кадрового потенціалу не вирішувалися на основі формування резерву та стабільного ядра висококваліфікованого персоналу. Розглянемо більш детально окремі елементи механізму комплексного забезпечення цифрової безпеки промислового підприємства України (рис. 1). Зазначимо, що він повинен базуватися на наступних принципах:

У науці виділяються такі методологічні підходи до управління кадровим потенціалом: процесуальний (функціональний), коли управління розглядається як сукупність взаємопов'язаних дій (функцій); системний, що базується на використанні теорії систем в менеджменті; ситуаційний, який витікає із поняття ситуації як конкретного набору обставин, що впливають на організацію протягом певного часу.

Що стосується практики управління персоналом, то окремі автори схиляються до застосування ще ряду підходів: цільовий, що базується на орієнтації результатів діяльності на мету; комплексний, коли поряд з окремим робітником все більше уваги приділяється робочій групі та відносинам між її учасниками; кількісний, що полягає у переході від якісних оцінок до кількісних; адміністративний, який виражається через нормативні акти; динамічний, коли об'єкт управління розглядається у розвитку; інтеграційний, який направлений на дослідження та посилення можливостей; поведінковий, мета якого полягає у підвищенні ефективності роботи підприємства за рахунок ефективності формування та розвитку його кадрового потенціалу.

Висновки. Аналіз теоретико-методологічних підходів до управління кадровим потенціалом підприємств вказує на те, що у науці переважно розглядаються підходи до управління трудовим потенціалом та людським капіталом. Це не дозволяє

ефективно управляти кадровим потенціалом підприємств та забезпечувати відповідність кадрової структури потребам виробництва у відповідності із трудовим потенціалом підприємства та ринку праці. Методичні підходи до управління кадровим потенціалом підприємств переважно орієнтовані на оцінку наявного кадрового потенціалу та ефективності його використання. При цьому недостатньо уваги приділяється питанням його формування та створення передумов ефективного використання. Саме тому потребують вдосконалення науково-методичні підходи до управління кадровим потенціалом підприємств з позицій забезпечення формування та ефективного використання кадрового потенціалу вітчизняних підприємств.

Список літератури

1. Мандрик І.П. Розвиток і розміщення легкої промисловості України в умовах ринкової трансформації. *Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки*. 2010. № 1 С.46-54.
2. Крамаренко В.І. Соціально-трудовий потенціал: регіональні пріоритети розвитку. *Економіка і управління*. 2012. №6. С.71-75.
3. Mincer Jacob The production of human capital and the life cycle of earnings: variations on the theme. *Journal of Labor Economics*. 1997. Vol. 15, No. 1, pp. 526-547.
4. Gontiuk V. The conceptual aspects of human resource evaluation. *Management theory and studies for rural business and infrastructure development*. 2013. Vol. 35 (4). pp. 522-528.
5. Сидорова А.В., Гонтюк В.А. Оцінювання кадрового потенціалу підприємств на основі компетентнісного підходу. *Економіка і організація управління*. 2019. № 2 (34). С. 37-45.
6. Махначова Н. М. Чинники та фактори впливу на ефективність використання трудових ресурсів підприємства. *Економіка і суспільство*. № 8. 2017. URL: http://economyandsociety.in.ua/journal/8_ukr/54.pdf (дата звернення 10.11.2020).
7. Ястремська О. М., Доуртмес П. О. Інноваційна діяльність промислових підприємств: результати оцінювання. *Бізнес Інформ*. 2016. № 4. С. 161-168.
8. Болотова О. О. Виявлення резервів підвищення ефективності менеджменту персоналу на підприємствах. *Бізнес Інформ*. 2018. № 8. С. 236-240.
9. Новікова М.М., Мажник Л.О. Технологія управління персоналом: теоретичні та методичні аспекти: моногр. Харків: ХНАМГ, 2012. 215 с.
10. Баніт О. В. Корпоративне навчання як інноваційна технологія у системі внутрішньофірмової підготовки персоналу. *Педагогічні інновації: ідеї, реалії, перспективи*. 2014. № 1 (12). С. 94-98.
11. Білецька К. В. Трудовий потенціал як чинник активізації інноваційних процесів. *Ефективна економіка*. 2014. № 4. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2932> (дата звернення: 17.11.2019).
12. Попович В. В., Добрянська Н. А. Аналіз показників вимірювання кількісного і якісного стану трудового потенціалу. *Інвестиції: практика та досвід*. 2014. № 19. С. 16-18.

References

1. Mandryk I. Rozvytok i rozmishchennia lehkoi promyslovosti Ukrainy v umovakh rynkovoi transformatsii [Development and placement of light industry in Ukraine in the conditions of market transformation]. *Naukovyi visnyk Volynskoho natsionalnoho universytetu imeni Lesi Ukrainky* [Bulletin of the Lesya Ukrainka Volyn National University]. 2010. Vol. 1 pp.46-54.
2. Kramarenko V. Sotsialno-trudoviye potentsial: rehionalni prioryety rozvytku [Social and labor potential: regional development priorities]. *Ekonomika ta upravlinnia* [Economics and management]. 2012. Vol. 6. pp.71-75.
3. Mincer J. The production of human capital and the life cycle of earnings: variations on the theme. *Journal of Labor Economics*. 1997. Vol. 15, No. 1, pp. 526-547.
4. Gontiuk V. The conceptual aspects of human resource evaluation. *Management theory and studies for rural business and infrastructure development*. 2013. Vol. 35 (4). pp. 522-528.
5. Sydorova A., Hontiuk V. Otsiniuvannia kadrovoho potentsialu pidpriemstv na osnovi kompetentisnoho pidkhodu [Assessment of the personnel potential of enterprises based on the competence approach]. *Ekonomika i orhanizatsiia* [economics and management organization] upravlinnia. 2019. Vol. 2(34). pp. 37-45.
6. Makhnachova N. Chynnyky ta faktory vplyvu na efektyvnist vykorystannia trudovykh resursiv pidpriemstva [Factors and factors of influence on the efficiency of using labor resources of the enterprise]. *Ekonomika i suspilstvo* [Economy and society]. Vol. 8. 2017. Available at: http://economyandsociety.in.ua/journal/8_ukr/54.pdf (accessed 10.11.2020).
7. Yastremska O., Dourtmes P. Innovatsiina diialnist promyslovykh pidpriemstv: rezultaty otsiniuvannia [Innovative activity of industrial enterprises: results of evaluation]. *Biznes Inform* [Business Inform]. 2016. Vol. 4. pp. 161-168.
8. Bolotova O. Vyiavlennia rezerviv pidvyshchennia efektyvnosti menedzhmentu personalu na pidpriemstvakh [Identification of reserves for improving the efficiency of Personnel Management at enterprises]. *Biznes Inform* [Business Inform]. 2018. Vol. 8. pp. 236-240.
9. Novikova M., Mazhnyk L. *Tekhnolohiia upravlinnia personalom: teoretychni ta metodychni aspekty* [Technology of Personnel Management: theoretical and methodological aspects]. Kharkiv: KhNAMH, 2012. 215 p.
10. Banit O. Korporatyvne navchannia yak innovatsiina tekhnolohiia u systemi vnutrishnifirmovoi pidgotovky personal [Corporate training as an innovative technology in the system of intra-company personnel training]. *Pedahohichni innovatsii: idei, realii, perspektyvy* [edagogical innovations: ideas, realities, prospects]. 2014. Vol. 1 (12). pp. 94-98.
11. Biletska K. Trudoviye potentsial yak chynnyk aktyvizatsii innovatsiinykh protsesiv [Labor potential as a factor of activation of innovative processes]. *Efektivna ekonomika* [Efficient economy]. 2014. № 4. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2932> (accessed: 17.11.2019).
12. Popovych V. Dobrianska N. Analiz pokaznykiv vymiriuvannia kilkisnoho i yakisnoho stanu trudovoho potentsialu [Analysis of indicators for measuring the quantitative and qualitative state of Labor potential]. *Investysii: praktyka ta dosvid* [investment: practice and experience]. 2014. Vol. 19. pp. 16-18.

Nadійшла (received) 23.11.2020

Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors

Аванесова Ніна Едуардівна (Аванесова Нина Эдуардовна, Avanesova Nina) – доктор економічних наук, професор, Харківський національний університет будівництва та архітектури, завідувач кафедри менеджменту та публічного адміністрування, м. Харків, Україна, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3636-9769>, e-mail: avanesova.science@gmail.com

Нечунєєва Ірина Юрївна (Нечунеева Инна Юрьевна, Nechuneeva Inna) – магістрант групи МО-60, спеціальність 073 «Менеджмент», Харківський національний університет будівництва та архітектури; м. Харків, Україна, e-mail: ninelka28@gmail.com

М.В. ГОЛОВКО, І.А. ЧЕКМАСОВА**ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ УКРАЇНСЬКОЇ ПШЕНИЦІ НА СВІТОВОМУ РИНКУ**

У статті проведено дослідження показників якості м'якої озимої пшениці першого класу для продовольчих цілей за стандартами основних лідерів світового ринку зерна. Наведено порівняльну характеристику показників якості пшениці українського виробництва і пшениці, виробленої за стандартами Європейського Союзу, США і Російської Федерації. Виявлено ключові показники якості пшениці, які забезпечують міжнародну конкурентоспроможність зерна: відсоток смітєвих домішок, натура, вологість, вміст клейковини та масова частка білка. Встановлено, що Українська пшениця, яка відповідає національним стандартам якості 2019 р., має високу конкурентоспроможність у порівнянні зі зразками зерна, представленого на основній товарній біржі Європейського Союзу MATIF, але програє світовим лідерам, США та Росії, за такими показниками якості як смітєва домішка, склоподібність, масова частка сирої клейковини та масова частка білка. За результатами проведеного аналізу наведено рекомендовані значення основних показників якості пшениці українського виробництва задля забезпечення її високої конкурентоспроможності на зарубіжних ринках. Розроблено схему вдосконалення показників якості пшениці через впровадження відповідних заходів, які враховують фактори виробництва та особливості технології. Для підвищення міжнародної конкурентоспроможності пшениці українським виробникам пропонуються такі заходи: оновлення сепараторів, перегляд періоду сівби, підживлення добривами. Впровадження запропонованих заходів дозволить зменшити вміст смітєвої домішки (з 1% до 0,4%) та збільшити масову частку білка (з 14% до 14,5%), масову частку клейковини (з 28% до 32%), склоподібність (з 50% до 60%), врожайність (з 4,8 т/га до 5,4 т/га). В свою чергу, запропоновані рекомендації дають змогу збільшити ціну українського зерна на світовому ринку з 5000 грн до 11000 грн за тону, що значно збільшить доходи українських аграріїв та рентабельність продажів. Таким чином, впровадження рекомендацій, наданих у роботі, дозволить вдосконалити якість української пшениці, отримати конкурентні переваги і підвищити ціну зерна на світовому ринку, вийти на нові ринки збуту, збільшити доходи українських підприємств.

Ключові слова: світовий ринок; міжнародна конкурентоспроможність; зерно; українська пшениця; міжнародні стандарти якості; показники якості.

М.В. ГОЛОВКО, И.А. ЧЕКМАСОВА**ОБЕСПЕЧЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ УКРАИНСКОГО ПШЕНИЦЫ НА МИРОВОМ РЫНКЕ**

В статье проведено исследование показателей качества мягкой озимой пшеницы первого класса для продовольственных целей по стандартам основных лидеров мирового рынка зерна. Приведена сравнительная характеристика показателей качества пшеницы украинского производства и пшеницы, произведенной по стандартам Европейского Союза, США и Российской Федерации. Выявлены ключевые показатели качества пшеницы, которые обеспечивают международную конкурентоспособность зерна: процент сорной примеси, натура, влажность, содержание клейковины и массовая доля белка. Установлено, что украинская пшеница, которая соответствует национальным стандартам качества 2019, имеет высокую конкурентоспособность по сравнению с образцами зерна, представленного на основной товарной бирже Европейского Союза MATIF, но проигрывает мировым лидерам, США и России, по таким показателям качества как сорная примесь, стекловидность, массовая доля сырой клейковины и массовая доля белка. По результатам проведенного анализа приведены рекомендуемые значения основных показателей качества пшеницы украинского производства для обеспечения ее высокой конкурентоспособности на зарубежных рынках. Разработана схема улучшения показателей качества пшеницы путем внедрения соответствующих мероприятий, учитывающих факторы производства и особенности технологии. Для повышения международной конкурентоспособности пшеницы украинским производителям предлагаются следующие мероприятия: обновление сепараторов, пересмотр периода сева, подкормка удобрениями. Внедрение предложенных мероприятий позволит уменьшить содержание сорной примеси (с 1% до 0,4%) и увеличить массовую долю белка (с 14% до 14,5%), массовую долю клейковины (с 28% до 32%), стекловидность (с 50% до 60%), урожайность (с 4,8 тонн / га до 5,4 тонн / га). В свою очередь, предложенные рекомендации позволяют увеличить цену украинского зерна на мировом рынке с 5000 грн. до 11000 грн. за тону, что значительно увеличит доходы украинских аграриев и рентабельность продаж. Таким образом, внедрение рекомендаций, представленных в работе, позволит усовершенствовать качество украинской пшеницы, получить конкурентные преимущества и повысить цену зерна на мировом рынке, выйти на новые рынки сбыта, увеличить доходы украинских предприятий.

Ключевые слова: мировой рынок; международная конкурентоспособность; зерно; украинская пшеница; международные стандарты качества; показатели качества.

M. GOLOVKO, I. CHEKMASOVA**ENSURING THE COMPETITIVENESS OF UKRAINIAN WHEAT IN THE WORLD MARKET**

The article analyzes the indexes of quality of soft winter wheat of the first class that is used for food industry aims on the standards of the world market leaders of grain. Comparative description of indexes of quality of the wheat of the Ukrainian production and wheat, produced on the standards of European Union, USA and Russian Federation, is brought. The key indexes of quality of wheat that provide the international competitiveness of grain are: percent of ruderal admixture, nature, moisture content, gluten content and mass stake of albumen. It is set that the Ukrainian wheat that corresponds to the national standards of quality of 2019 has a high competitiveness as compared to the standards of the grain presented on the basic commodity exchange of European Union MATIF, but loses to the world leaders, USA and Russia, on such indexes of quality as ruderal admixture, glassiness, mass stake of raw gluten and mass stake of albumen. Based on the results of the analysis, the recommended values of the main indicators of the quality of wheat of Ukrainian production are given to ensure its high competitiveness in foreign markets. The chart of improvement of indexes of quality of wheat is worked out by introduction of corresponding measures, taking into account the factors of production and technology peculiarities. The following measures for the increase of international competitiveness of wheat of the Ukrainian producers are suggested: updating of separators, revision of period of sowing, additional fertilizing by fertilizers. Introduction of suggested measures will allow to decrease ruderal admixture content (from 1% to 0,4%) and increase the mass stake of albumen (from 14% to 14,5%), mass stake of gluten (from 28% to 32%), glassiness (from 50% to 60%), productivity (from 4,8 tons / ha to 5,4 tons / ha). Also suggested recommendations allow to increase the price of Ukrainian grain in the world market from 5000 hm/t. to 11000 hm/t, that will increase the income of the Ukrainian agrarians and profitability of sales considerably. Thus, introduction of the recommendations given in the article, will allow to improve quality of the Ukrainian wheat, to gain competitive advantages and increase the price of grain in the world market, to enter new markets of sale, increase the income of the Ukrainian enterprises.

Keywords: world market; international competitiveness; grain; Ukrainian wheat; international standards of quality; indexes of quality.

Вступ. Сприятливі агрокліматичні умови забезпечують формування сильного зернового сектора в сільському господарстві України, що визначає основу економічної безпеки країни. Пшениця є найбільш популярною сільськогосподарською культурою, в провадженні якої щорічно задіяно більше половини всіх сільськогосподарських підприємств України. В структурі виробництва зернових культур частка пшениці становить 40-50%. Згідно з даними міністерства економіки, торгівлі та сільського господарства України за 2019 рік, частка експорту пшениці займає 7,3% товарного експорту України, що становить 19,96 млн. тон зерна або 3,65 млрд. доларів виручки. Відповідно до рейтингу Продовольчої і сільськогосподарської організації об'єднаних націй Україна посідає п'яте місце серед світових виробників та експортерів пшениці у 2019-2020 роках. Україна є одним з основних експортерів зерна в Європі. Світові ціни на пшеницю стрімко зростають, тож від рівня ефективності розвитку ринку пшениці залежить добробут населення держави та значні експортні можливості країни.

Таким чином, вітчизняний ринок пшениці досі знаходиться на етапі становлення та розвитку, при цьому маючи досить високий рівень та потенціал подальшого зростання на світовому ринку зерна, реалізувати який можна через підвищення міжнародної конкурентоспроможності продукції українських виробників.

Аналіз стану питання. Пшениця є товаром, який продається на міжнародних товарних біржах. Традиційно для оцінки якості товарного зерна в світі використовують галузеві стандарти. Основними міжнародними стандартами щодо якості товарного зерна пшениці є ISO 7970:2000 «Пшениця (*Triticum aestivum* L.) – Специфікація», ISO 11051:1994 «Пшениця (*Triticum durum* Desf.) – Специфікація» та стандарт CODEX SNAN 199 1995 на пшеницю і тверду пшеницю. Також в більшості країн запроваджені і діють національні стандарти, які враховують особливості клімату, ґрунту та інтереси внутрішнього ринку [2].

Членство України в Міжнародній організації торгівлі, зобов'язання, які на себе взяла Україна, та збільшення обсягів експорту українського зерна, що спостерігається протягом тривалого часу, вимагають подальшої гармонізації національних стандартів із стандартами ЄС або ISO. На сьогодні в Україні розроблено та впроваджено новий стандарт щодо оцінки якості зерна, який враховує внутрішню специфіку та нагальні проблеми всіх сегментів ринку і одночасно

дозволяє гармонійно перейти від показників національного стандарту до показників зовнішньоекономічних контрактів і міжнародних стандартів [3].

Але впровадження міжнародних стандартів в Україні потребує застосування методів випробувань, значна кількість яких не використовується або має обмежене використання в Україні, та потребує значних фінансових витрат на купівлю нового обладнання і опанування методів.

Мета роботи. Метою даної статті є дослідження стандартів якості пшениці лідерів світового ринку та розробка практичних рекомендацій щодо підвищення міжнародної конкурентоспроможності пшениці українських виробників.

Аналіз основних досягнень і літератури. Значним внеском у розробку проблеми формування ефективного зернового ринку є наукові дослідження вчених: О. Скринік, О. Сизова, А. Михайлева, А. Корбута; С. Хасенова, А. Бісенбаєва, Є. Гана, У. Дуалета, А. Куришбаєва, які провели комплексне дослідження виробництва та ринку зерна по цих країнах і розробили заходи щодо його вдосконалення.

Розвиток зернового ринку України є у центрі уваги таких вітчизняних дослідників як М.В. Присяжнюк, М.Д. Безуглий, С.М. Кваша, А.В. Розгон, П.Т. Саблук, О.В. Нікішина та інших вчених.

Але виникла потреба подальшого аналізу даної проблематики у контексті саме шляхів підвищення показників якості пшениці українських виробників аграрної промисловості до рівня лідерів світового ринку пшениці за стандартами 2019 року.

Викладення основного матеріалу дослідження. М'яка озима пшениця першого класу для продовольчих цілей споживається у хлібопекарській промисловості та є одним із видів зерна, що користується значним попитом на світовому ринку. За галузевою класифікацією цей продукт відноситься до сильної пшениці, що є найціннішою, та може покращувати якість нижчих груп, а також відповідає усім вимогам харчової промисловості.

Основними виробниками та експортерами пшениці на світовому ринку є США, Росія та Канада [4]. В таблиці 1 наведено значення показників якості м'якої озимої пшениці першого класу для продовольчих цілей відповідно до стандартів країн-лідерів світового ринку, а також рекомендовані значення показників, які дозволять підвищити конкурентоспроможність зерна українських виробників на зарубіжних ринках.

Таблиця 1 – Порівняльна характеристика показників якості м'якої озимої пшениці першого класу для продовольчих цілей за стандартами якості світових виробників

	США	MATIF (ЄС)	Росія	Україна (2019)	Рекомендовані значення
1. Натура, г/л, не менше	770	760	750	775	775
2. Склоподібність, %, не менше	50		60	50	60
3. Вологість %, не більше ніж	14,0	15,0	14,0	14,0	14,0
4. Зернова домішка %, не більше ніж, зокрема:	3,0		5,0	5,0	3,0
<i>біті зерна</i>				5,0	5,0

Кінець таблиці 1

	США	MATIF (ЄС)	Росія	Україна (2019)	Рекомендовані значення
<i>зерна злакових культур</i>			2,0	3,0	2,0
<i>пророслі зерна</i>				2,0	2,0
5. Сміттева домішка, %, не більше ніж, зокрема:	0,4	2,0	2,0	1,0	0,4
<i>мінеральна домішка</i>				1,0	
<i>у мінеральній зокрема: галька, шлак, руда</i>				0,15	
<i>зіпсовані зерна</i>				0,3	
<i>шкідлива домішка</i>				0,1	0,1
6. Сажкове зерно, %, не більше ніж				8,0	5,0
7. Масова частка білка, у перерахунку на суху речовину, %, не менше ніж	14,0	10,5	14,5	14,0	14,5
8. Масова частка сирієї клейковини, %, не менше ніж	28,0	28,0	32	28,0	32

Зіставлення показників якості пшениці, наведених в табл.1., показує, що зерно вироблене за стандартами США має конкурентні переваги на світовому ринку завдяки найнижчому значенню сміттевої домішки, яке дорівнює 0,4% (зокрема, галька, шлак, зіпсовані зерна, шкідлива домішка, кукуль). Тоді ж як аналогічний показник української пшениці складає 1%, що є рішучим фактором, який знижує міжнародну конкурентоспроможність продукції українських виробників і стримує їхні спроби виходу на ринки, які є споживачами пшениці, виробленої в США.

Щодо пшениці, представленої з російської сторони, варто відзначити, що вона є більш конкурентоспроможною у порівнянні з українським зерном за трьома основними показниками, а саме: масова частка сирієї клейковини – 32% (Україна – 28%), масова частка білка 14,5% (Україна – 14%), склоподібність – 60% (Україна – 50%).

Таким чином, за результатами проведеного аналізу можна зробити висновок, що ключовими показниками якості зерна пшениці на світовому ринку, є відсоток сміттевих домішок, натура, вологість, вміст клейковини та масова частка білка. Українська пшениця, яка відповідає національним стандартам якості 2019 р., має високу конкурентоспроможність у порівнянні зі зразками зерна, представленого на основній товарній біржі Європейського Союзу MATIF, але програє світовим лідерам, США та Росії, за такими показниками якості як сміттева домішка, склоподібність, масова частка сирієї клейковини та масова частка білка.

Отже, міжнародна конкурентоспроможність пшениці українських виробників може бути посилена через впровадження відповідних заходів, спрямованих на удосконалення саме цих показників.

На рисунку 1 наведено схему вдосконалення показників якості пшениці через впровадження відповідних заходів, які враховують фактори виробництва та особливості технології.

Відповідно до схеми, зображеної на рис. 1, для підвищення міжнародної конкурентоспроможності

пшениці українських виробників пропонуються такі заходи: оновлення сепараторів, перегляд періоду сівби, підживлення добривами.

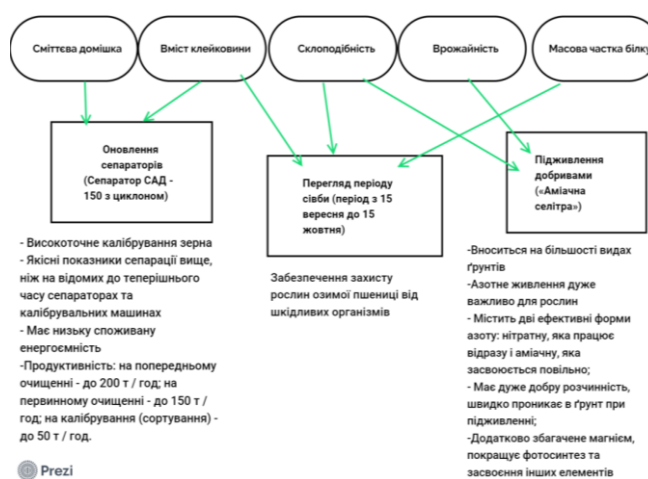


Рисунок 1 – Вдосконалення показників якості пшениці

Українським виробникам пшениці рекомендується впровадити до технологічних ліній очищення і калібрування сепаратори з високоточним калібруванням зерна за питомою вагою та однорідністю насіння при сепарації $\pm 3\%$, що дає можливість виділяти зерно з підвищеним вмістом клейковини та високим вмістом білка. Пропонується обирати сепаратори з низькою споживаною енергоспроможністю, які призначені для роботи із зерном будь-якого ступеня забрудненості та вологості, не знижуючи якість сепарації і продуктивність. Впровадження до технологічного процесу цього обладнання дозволить значно знизити вміст сміттевої домішки та збільшити масову частку сирієї клейковини.

Українським аграріям та виробникам пшениці також пропонується переглянути період сівби зерна і дотримуватися оптимальних термінів. Сівби озимої пшениці, проведені з 15 вересня до 15 жовтня, дозволяють отримати найбільший вміст клейковини

(24,3–27,3%), що, в свою чергу, також знижує вміст зернових домішок. Крім того, склоподібність, як важливий технологічний показник якості зерна, також залежить від строків сівби. Так, за дослідженнями, найвище значення склоподібності на рівні 73,5%, було отримано за сівби, проведені 15 жовтня, а найнижче (68,1%) – за сівби, проведені 5 вересня. Щодо масової частки білка, найбільший вміст білка (11,3–11,7%) в зерні пшениці озимої отримано за сівби у період з 15 вересня до 15 жовтня. Таким чином, період сівби зерна з 15 вересня до 15 жовтня позитивно впливає на декілька ключових показників якості пшениці та дозволяє підвищити її склоподібність, вміст клейковини, масову частку білка, а також знизити вміст зернових домішок та забезпечити захист від шкідливих організмів.

Також українським аграріям при вирощуванні пшениці пропонується застосовувати азотні підживлення, зокрема, аміачну селітру – ефективніше добриво для озимих культур амонійно-нітратного вмісту. До основних переваг аміачної селітри відносяться: містить дві ефективні форми азоту (нітратну, яка працює відразу і аміачну, яка засвоюється повільно); має дуже добру розчинність, швидко проникає в ґрунт при підживленні; додатково збагачена магнієм, що покращує фотосинтез та засвоєння інших елементів. Застосування азотних підживлень дозволить підвищити склоподібність та врожайність зерна.

Висновки. Аналіз міжнародного конкурентного середовища показав, що головними конкурентами українських виробників пшениці на світовому ринку є США та Росія. Результати проведеного дослідження стандартів якості пшениці лідерів світового ринку свідчать, що для успішної конкуренції з цими країнами, українським виробникам необхідно вдосконалити такі основні показники якості зерна: склоподібність, масову частку білка, масову частку клейковини, вміст смітцевої домішки. Запропоновано практичні рекомендації та стратегічні заходи щодо підвищення міжнародної конкурентоспроможності української пшениці, а саме: оновлення зернових сепараторів, перегляд періоду сівби та підживлення добривами. Впровадження запропонованих заходів дозволить покращити такі показники якості пшениці як вміст смітцевої домішки (з 1% до 0,4%), масова частка

білка (з 14% до 14,5%), масова частка клейковини (з 28% до 32%), склоподібність (з 50% до 60%), врожайність (з 4,8 тон/га до 5,4 тон/га). В свою чергу, запропоновані рекомендації дають змогу збільшити ціну українського зерна на світовому ринку з 5000 грн до 11000 грн за тону, що значно збільшить доходи українських аграріїв та рентабельність продажів. Таким чином, впровадження рекомендацій, наданих у роботі, дозволить вдосконалити якість української пшениці, отримати конкурентні переваги і підвищити вартість зерна на світовому ринку, вийти на нові ринки збуту, збільшити доходи українських підприємств.

Список літератури

1. Офіційний сайт міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України. *Me.gov.ua*: веб-сайт. URL: <https://www.me.gov.ua/?lang=uk-UA> (дата звернення: 01.11.2020).
2. Україна лідер із нарощування експорту пшениці. *Landlord*: веб-сайт. URL: <https://landlord.ua/news/ukraina-lider-iz-naroshchuvannia-eksportu-pshenytsi-usda/> (дата звернення: 01.11.2020).
3. Новий стандарт ДСТУ 3768:2019 «Пшениця. Технічні умови» *GrowHow.in.ua*: веб-сайт. URL: <https://www.growhow.in.ua/novyy-standart-dstu-pshenytsia-tekhichni-umovy/> (дата звернення: 01.11.2020).
4. Світовий рейтинг зі збуту пшениці. *Продовольча і сільськогосподарська організація об'єднаних націй*: веб-сайт. URL: <http://www.fao.org/about/en/> (дата звернення: 01.11.2020).

References (transliterated)

1. Oficijnyj sajт ministerstva rozvytku ekonomiky, torhivli ta sil's'koho hospodarstva Ukrainy [Official site of the Ministry of Economic Development, Trade and Agriculture of Ukraine]. *Me.gov.ua*: veb-sajt. URL: <https://vuv.me.gov.ua/?lang=uk-UA> (data zvernennya: 01.11.2020).
2. Ukrayina lider iz naroshchuvannia eksportu pshenytsi [Ukraine is a leader in increasing wheat exports]. *Landlord*: veb-sajt. URL: <https://landlord.ua/nevs/ukraina-lider-iz-naroshchuvannia-eksportu-pshenytsi-usda/> (data zvernennya: 01.11.2020).
3. Novyj standart DSTU 3768:2019 «Pshenytsya. Texnichni umovy» [New standard DSTU 3768: 2019 "Wheat. Specifications"]. *GrovHov.in.ua*: veb-sajt. URL: <https://vuv.grovhov.in.ua/novyy-standart-dstu-pshenytsia-tekhichni-umovy/> (data zvernennya: 01.11.2020).
4. Svitovij rejtynh zi zbutu pshenytsi [World ranking of wheat sales]. *Prodovol'cha i sil's'kohospodars'koyi orhanizaciya ob'yednanyx nacij*: veb-sajt. URL: <http://vuv.fao.org/about/en/> (data zvernennya: 01.11.2020).

Надійшла (received) 23.11.2020

Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors

Головка Маргарита Валеріївна (Головка Маргарита Валериевна, Golovko Margarita Valeriivna) – магістр кафедри міжнародного бізнесу та фінансів Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут»; Харків, Україна; e-mail: margaritka.golovko98@gmail.com

Чекмасова Ірина Анатоліївна (Чекмасова Ирина Анатольевна, Chekmasova Irina Anatolievna) – кандидат технічних наук, доцент кафедри менеджменту зовнішньоекономічної діяльності та фінансів, Національний технічний університет "Харківський політехнічний інститут"; м. Харків, Україна; ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7120-7031>; e-mail: chekmasova@ukr.net

А.Ю. ГЕВОРКЯН, О.А. ГЕЛЯРОВСЬКА

ШЛЯХИ ФОРМУВАННЯ ПРИБУТКУ ТА ДІЛОВОЇ АКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «ФМ ХЛАДОПРОМ»

У статті проаналізовано шляхи формування прибутку та ділової активності на прикладі ТОВ «ФМ Хладопром». Наведено актуальність теми, визначено важливість такої фінансової категорії як прибуток. Проведено розрахунок групи фінансових показників, а саме, коефіцієнту оборотності активів, коефіцієнту оборотності дебіторської заборгованості, показника тривалості обороту дебіторської заборгованості, коефіцієнту оборотності кредиторської заборгованості, показника періоду обертання кредиторської заборгованості. Наведено динаміку показників ділової активності ТОВ «ФМ Хладопром». Визначено, що продукція підприємства користується попитом у більш літній період часу, що визначає нетривалий операційний цикл. Відзначається, що ТОВ «ФМ Хладопром» дуже чутливо сприймає сезонні коливання. Зазначено, що усі показники тривалості операційних циклів обороту запасів знаходяться на середньому рівні, тобто вони покращуються, але у дуже повільних темпах. Для забезпечення зростання прибутку підприємству слід відшукати невикористані можливості його збільшення, тобто резерви зростання, а саме, зниження собівартості реалізованої продукції, скорочення адміністративних витрат та збільшення виручки від реалізації продукції. Збільшення виручки від реалізації продукції ТОВ «ФМ Хладопром» може бути пов'язане зі збільшенням асортименту продукції, випуском оновленого, більш якісного товару. Зниження собівартості реалізованої продукції станеться завдяки закупівлі нового, більш сучасного обладнання для виробництва продукції підприємства. Скорочення адміністративних витрат сприятиме збільшенню чистого прибутку. Представлені показники ділової активності ТОВ «ФМ Хладопром» за 2017, 2018, 2019 роки. Сформовано прогноз фінансових результатів ТОВ «ФМ Хладопром». Висвітлені складові збільшення чистого прибутку підприємства.

Ключові слова: активи; дебіторська заборгованість; кредиторська заборгованість; ділова активність; фінансові результати; чистий прибуток; фінансові результати; структура прибутку; фінансова стійкість підприємства; прибуток від операційної діяльності.

А.Ю. ГЕВОРКЯН, О.А. ГЕЛЯРОВСКАЯ

ПУТИ ФОРМИРОВАНИЯ ПРИБЫЛИ И ДЕЛОВОЙ АКТИВНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ ООО «ФМ ХЛАДОПРОМ»

В статье проанализированы пути формирования прибыли и деловой активности на примере ООО «ФМ Хладопром». Приведенная актуальность темы, определены важность такой финансовой категории как прибыль. Проведен расчет группы финансовых показателей, а именно, коэффициента вращивания активов, коэффициента оборачиваемости дебиторской задолженности, показателя продолжительности оборота дебиторской задолженности, коэффициента оборачиваемости кредиторской задолженности, показателя периода обращения кредиторской задолженности. Приведена динамика показателей деловой активности ООО «ФМ Хладопром». Определено, что продукция предприятия пользуется спросом в более летний период времени, определяет непродолжительное операционный цикл. Отмечается, что ООО «ФМ Хладопром» очень чутко воспринимает сезонные колебания. Отмечено, что все показатели продолжительности операционных циклов оборота запасов находятся на среднем уровне, то есть они улучшаются, но в очень медленных темпах. Для обеспечения роста прибыли предприятию следует отыскать неиспользованные возможности его увеличения, то есть резервы роста, а именно, снижение себестоимости реализованной продукции, сокращение административных расходов и увеличение выручки от реализации продукции. Увеличение выручки от реализации продукции ООО «ФМ Хладопром» может быть связано с увеличением ассортимента выпуском обновленного, более качественного товара. Снижение себестоимости реализованной продукции произойдет благодаря закупке нового, более современного оборудования для производства продукции предприятия. Сокращение административных расходов будет способствовать увеличению чистой прибыли. Представленные показатели деловой активности ООО «ФМ Хладопром» по 2017, 2018, 2019 годы. Сформирован прогноз финансовых результатов ООО «ФМ Хладопром». Освещены составляющие увеличение чистой прибыли предприятия.

Ключевые слова: активы; дебиторская задолженность; кредиторская задолженность; деловая активность; финансовые результаты; чистая прибыль; финансовые результаты; структура прибыли; финансовая устойчивость предприятия; прибыль от операционной деятельности.

A. GEVORKYAN, O. HELIAROVSKA

WAYS OF PROFIT FORMATION AND BUSINESS ACTIVITY OF THE ENTERPRISE OF LLC FM HLADOPROM

The article analyzes the ways of profit formation and business activity on the example of LLC "FM Hladoprom". The relevance of the topic is given, the importance of such a financial category as profit is determined. The group of financial indicators is calculated, namely, the ratio of assets turnover, the turnover ratio of receivables, the duration of the turnover of receivables, the turnover ratio of accounts payable, the turnover period of accounts payable. The dynamics of business activity indicators of FM Hladoprom LLC is given. It is determined that the company's products are in demand in the older period of time, which determines the short operating cycle. It is noted that LLC "FM Hladoprom" is very sensitive to seasonal fluctuations. It is noted that all indicators of the duration of operating cycles of inventory turnover are at the average level, ie they are improving, but at a very slow pace. To ensure the growth of profits, the company should find untapped opportunities to increase it, ie growth reserves, namely, reducing the cost of sales, reducing administrative costs and increasing revenue from sales. The increase in revenue from the sale of products of FM Hladoprom LLC may be due to the increase in the range of products, the production of updated, higher quality goods. The reduction of the cost of goods sold will be due to the purchase of new, more modern equipment for the production of the enterprise. Reducing administrative costs will increase net income. The indicators of business activity of LLC "FM Hladoprom" for 2017, 2018, 2019 are presented. The forecast of financial results of LLC FM Hladoprom is formed. The components of increasing the company's net profit are highlighted.

Keywords: assets; receivables; accounts payable; business activity; financial results; net profit; financial results; profit structure; financial stability of the enterprise; profit from operating activities.

Вступ. Прибуток є найважливішою економічною джерелом зростання ринкової вартості підприємства, та фінансовою категорією. Прибуток є головним найважливішим джерелом задоволення соціальних

потреб суспільства, а також основним захисним механізмом, що охороняє підприємство від загрози банкрутства. Саме для створення оптимальної величини прибутку необхідний глибокий і всебічний його аналіз. Він відображає ефективність діяльності підприємства, а також є основним джерелом формування фінансових ресурсів підприємств. Отримання прибутку є метою практично усіх підприємств, що займаються господарською діяльністю. В сучасних економічних умовах дуже важливим є формування прибутку. Прибуток як фінансовий показник роботи підприємства розраховується для подальшого його розвитку, подальших перетворень. Отже питання пов'язані із формуванням прибутку підприємства є вкрай важливими в сучасному конкурентному середовищі.

Аналіз стану питання. В умовах ринкової економіки прибуток відіграє важливу роль, будучи головною метою підприємницької діяльності, створюючи базу економічного розвитку держави в цілому, будучи критерієм ефективності конкретної виробничої діяльності, основним внутрішнім джерелом формування фінансових ресурсів підприємства, що забезпечують його розвиток.

Прибуток є головним джерелом зростання ринкової вартості підприємства, найважливішим джерелом задоволення соціальних потреб суспільства, а також основним захисним механізмом, що охороняє підприємство від загрози банкрутства.

Саме тому оцінка ділової активності передбачає визначення результативності діяльності суб'єкта господарювання шляхом застосування комплексної оцінки ефективності використання виробничих і фінансових ресурсів, що формують оптимальне співвідношення темпів зростання основних показників, а також зумовлюють проміжні та кінцеві результати діяльності.

Мета роботи. Метою даної статті є аналіз ділової активності підприємства, розрахунок відповідних аналітичних показників, виявлення тенденцій і причин їх змін для дослідження досягнутого рівня ефективності виробничо-господарської діяльності та визначення потенційних можливостей підприємства.

Аналіз основних досягнень і літератури. Прибуток є головним джерелом зростання ринкової вартості підприємства, найважливішим джерелом задоволення соціальних потреб суспільства, а також основним захисним механізмом, що охороняє підприємство від загрози банкрутства.

Саме для створення оптимальної величини прибутку необхідний глибокий і всебічний його аналіз, що й обумовило актуальність дослідження.

Особливості управління прибутком підприємства за допомогою застосування факторного аналізу були розглянуті у роботах таких авторів, як Ганжа Ю.В., Рязанцева В.В., Масленко Ю.В., Зинченко Е.А., Воробйов Ю.М., Ковальов В.А.

Викладення основного матеріалу дослідження.

Показники оборотності мають велике значення для оцінки фінансового становища компанії, оскільки швидкість оборотів коштів безпосередньо впливає на платоспроможність фірми.

1) Коефіцієнт обертання активів (коефіцієнт трансформації).

За допомогою даного коефіцієнта оцінюється ефективність використання фірмою всіх наявних ресурсів не залежно від джерел їхнього залучення. Розрахунок цього коефіцієнта здійснюється по формулі (1):

$$K_{об.а} = \frac{\text{Виручка від реалізації}}{\text{Середньорічна вартість майна підприємства}} \quad (1)$$

$$K_{об.а\ 2017} = \frac{58392}{(38688 + 47268) * 0,5} = 1,36$$

$$K_{об.а\ 2018} = \frac{61524}{(47268 + 62007) * 0,5} = 1,12$$

$$K_{об.а\ 2019} = \frac{101120}{(62007 + 82034) * 0,5} = 1,4$$

У 2019 році показник обертання активів хоча і не значно, але зріс з 1,36 до 1,4. Тобто підприємство ефективно використовує свої ресурси.

2) Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості.

По цьому коефіцієнту судять, скільки разів у середньому протягом звітної періоду дебіторська заборгованість перетворюється в кошти, тобто погашається. Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості розраховується таким чином (2):

$$K_{об.д.з} = \frac{\text{Виручка від реалізації}}{\text{Середньорічна вартість чистої дебіторської заборгованості}} \quad (2)$$

$$K_{об.д.з\ 2017} = \frac{58392}{0,5 * (4080 + 4809)} = 13,13$$

$$K_{об.д.з\ 2018} = \frac{61524}{0,5 * (4809 + 494)} = 23,2$$

$$K_{об.д.з\ 2019} = \frac{101120}{0,5 * (494 + 2677)} = 63,77$$

У 2019 році дебіторська заборгованість стала погашатися значно швидше, у порівнянні з 2017 роком.

3) Для аналізу оборотності дебіторської заборгованості використовується також показник тривалості обороту дебіторської заборгованості. Його часто називають строком кредитування (3):

$$t_{об.д.з} = \frac{\text{Кількість днів у періоді}}{K_{об.д.з}} \quad (3)$$

$$t_{об.д.з\ 2017} = \frac{360}{13,13} = 27$$

$$t_{об.д.з\ 2018} = \frac{360}{23,2} = 15$$

$$t_{об.д.з\ 2019} = \frac{360}{63,77} = 5$$

Цей показник дає розрахункова кількість днів для погашення кредиту, узятого дебіторами. У 2019 році він знизився до 5 днів.

4) Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості

Даний показник розраховується за формулою (4):

$$K_{об.к.з} = \frac{\text{Собівартість реалізованої продукції}}{\text{Середньорічна вартість чистої кредиторської заборгованості}} \quad (4)$$

$$K_{об.к.з} 2017 = \frac{41085}{0,5 * (132 + 3661)} = 21,66$$

$$K_{об.к.з} 2018 = \frac{39045}{0,5 * (3661 + 5642)} = 8,39$$

$$K_{об.к.з} 2019 = \frac{73577}{0,5 * (5642 + 9514)} = 9,71$$

5) Для аналізу обертання кредиторської заборгованості, також як і для аналізу дебіторської, використовується показник періоду обертання кредиторської заборгованості (5):

$$t_{об.к.з} = \frac{\text{Кількість днів у періоді}}{K_{об.к.з}} \quad (5)$$

$$t_{об.к.з} 2017 = \frac{360}{21,66} = 16 \text{ (днів)}$$

$$t_{об.к.з} 2018 = \frac{360}{8,39} = 43 \text{ (дні)}$$

$$t_{об.к.з} 2019 = \frac{360}{9,71} = 37 \text{ (днів)}$$

Цей показник дає розрахункову кількість днів для погашення кредиту, отриманого від постачальників компанії. З 2017 до 2018 року спостерігалось його підвищення, а у 2019 році він зменшився до 37 днів.

Зобразимо показники ділової активності у динаміці (табл. 1)

Таблиця 1 — Динаміка показників ділової активності ТОВ «ФМ Хладопром» за 2017-2019 рр.

Показники	На кінець 2017 року	На кінець 2018 року	На кінець 2019 року	Зміни на 2018 рік	Зміни на 2019 рік
1	2	3	4	5	6
Коефіцієнт обертання активів	1,36	1,12	1,4	-0,24	0,28
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	13,13	23,2	63,77	10,07	40,57
Тривалість обороту дебіторської заборгованості	27	15	5	-12	-10
Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	21,66	8,39	9,71	-13,27	1,32
Період обертання кредиторської заборгованості	16	43	37	27	-6

Отримані результати можна зобразити на рисунку 1.

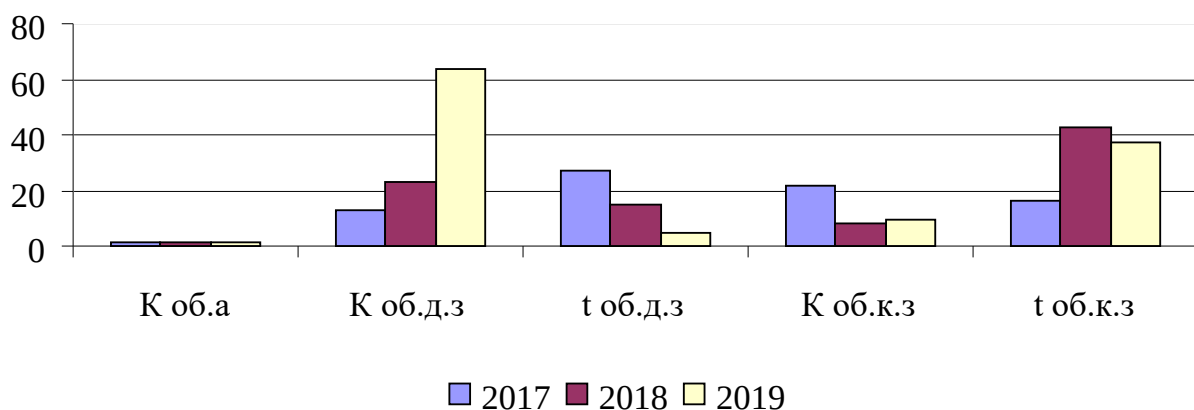


Рисунок 1 – Показники ділової активності за 2017, 2018, 2019 роки

За допомогою коефіцієнта обертання активів, ми бачимо позитивну динаміку. Тобто відбувається хоч і не в значній мірі, але збільшення грошових одиниць, які приносить кожна одиниця активів. При оцінці коефіцієнту дебіторської заборгованості видно, що коефіцієнт знизився. Це свідчить про те, що клієнти фірми своєчасно розраховуються за своїми зобов'язаннями. На 2019 рік ми бачимо, що у фірми зменшуються зобов'язання перед кредиторами. Загалом усі показники тривалості операційних циклів обороту запасів знаходяться на середньому рівні. Тобто вони покращуються, але у дуже повільних темпах.

Судячи з того, що продукція користується великим попитом у літній період часу, операційний

цикл триває не довго. Також слід враховувати, що підприємство дуже чутливо сприймає сезонні коливання.

Для забезпечення зростання прибутку потрібно відшукати невикористані можливості його збільшення, тобто резерви зростання. Наприклад, для цього можна:

- 1) знизити собівартість реалізованої продукції на 7%;
- 2) скоротити адміністративні витрати на 2,8%;
- 3) збільшити виручку від реалізації продукції на 21,5%.

Отримані результати прогнозу фінансової звітності зобразимо в таблиці 2.

Таблиця 2 — Прогноз фінансових результатів на 2020 рік

Стаття	За звітний період	За попередній період	Зміни	Коректировка	Прогноз на 2020 рік
	2019	2018			
1	2	3	4	5	6
Доход (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	121325	70139	0,7297	0,215	147409,88
Податок на додану вартість	20205	11747	0,1665		20205,00
Акцизний збір	0	0	0		0,00
Інші вирахування з доходу	0	0			0,00
Чистий доход (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	101120	58392			127204,88
Собівартість реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	73577	41085	0,6064	-0,07	-10318,69
- прибуток	27543	17307			137523,57
- збиток	0	0			0,00
Інші операційні доходи	4927	592			4927,00
Адміністративні витрати	3522	2741		-0,028	4127,48
Витрати на збут	21639	9025			21639,00
Інші операційні витрати	3738	780			3738,00
- прибуток	3571	5353			121201,04
- збиток	(0)	(0)			0,00

Закінчення таблиці 2

1	2	3	4	5	6
Доход від участі в капіталі	0	0			0,00
Інші фінансові доходи	0	0			0,00
Інші доходи	0	0			0,00
Фінансові витрати	583	90			583,00
Втрати від участі в капіталі	(0)	(0)			0,00
Інші витрати	298	224			298,00
- прибуток	2690	5135			120320,04
- збиток	(0)	(0)			0,00
Податок на прибуток від звичайної діяльності	1136	307			1136,00
- прибуток	1554	3828			119184,04
- збиток	(0)	(0)			0,00
- доходи	0	0			0,00
- витрати	(0)	(0)			0,00
Податки з надзвичайного прибутку	(0)	(0)			0,00
Частка меншості	0	0			0,00
- прибуток	1554	3828			119184,04
- збиток	(0)	(0)			0,00

Прогнозний 2020 рік

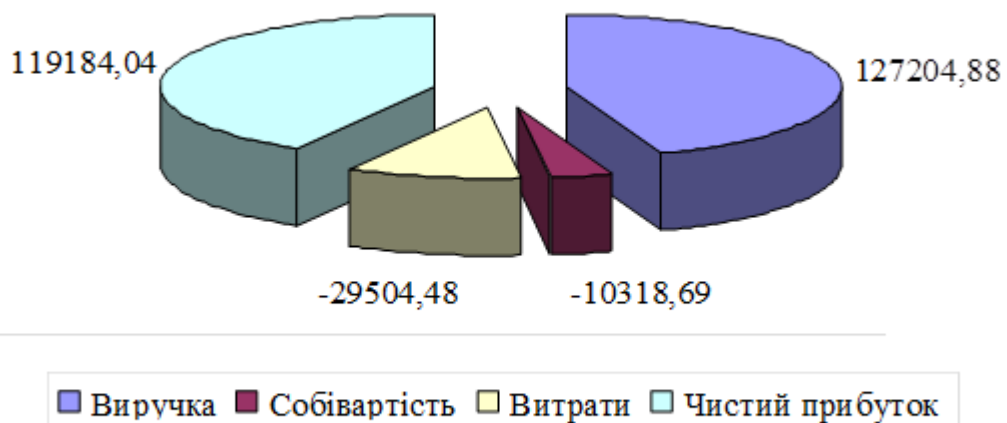


Рисунок 2 – Складові збільшення чистого прибутку

Збільшення виручки від реалізації продукції з 121325 тис. грн. до 147409,88 тис. грн. пов'язане зі збільшенням асортименту продукції, випуском оновленого, більш якісного товару.

Зниження собівартості реалізованої продукції з 73577 тис. грн. до -10318,69 відбулося у зв'язку з закупівлею нового, більш сучасного обладнання для виробництва морозива.

Скорочення адміністративних витрат з 3522 тис. грн. до -4127,48 тис. грн. сприяло збільшенню чистого прибутку.

За рахунок покращених для підприємства показників відбулося збільшення чистого прибутку з 1554 тис. грн. до 119184,04 тис. грн.

Більш наочно показники впливу на чистий прибуток зобразимо на рисунку 2.

Впровадивши нові технології у виробництво, ми заощадили наш час, а відповідно і гроші на вироблення нової, більш вдосконаленої продукції. Можна покращити як якість товару, так і його зовнішній вигляд, що приверне до себе увагу інвесторів, акціонерів, а також цінителів таких смачних ласощів як морозиво.

Висновки. Запропоновані у матеріалі шляхи формування прибутку та ділової активності ТОВ «ФМ Хладопром» дозволяють дозволять підприємству збільшити його прибуток за рахунок визначення та впливу на його складові. Зазначені у роботі показники фінансової ділової активності та свідчать про те, що на підприємстві є позитивна динаміка обертання активів. Розрахований коефіцієнт дебіторської заборгованості відображає його зниження, що свідчить про те, що підприємство своєчасно розраховується за своїми зобов'язаннями. А у 2019 році підприємство знижує ще й і зобов'язання перед своїми кредиторами. Щодо показників тривалості операційних циклів обороту запасів, то вони знаходяться на середньому рівні та мають тенденцію на покращення, але у досить повільних темпах. Також слід відмітити, що підприємству слід приділити увагу впровадженню нових технологій у виробництво, що дозволить заощадити час та гроші на виробництво більш конкурентоспроможної продукції високої якості.

Список літератури

1. Гадзевич О.І. *Економічний аналіз господарської діяльності підприємств*: Навч. посіб. – Луцьк: : Ред.-вид. “Вежа” Волин. держ. ун-ту ім. Лесі Українки, 2017. – 159 с.

2. Іваненко В. М. *Курс економічного аналізу*: Навч.-метод. Посібник для самост. вивч. диск. – К: КНЕУ, 2015. – 263 с.
3. Коробов М.Я. *Фінансово-економічний аналіз діяльності підприємств*: Навч. посіб. – 2-ге вид., стер. – К.: Т-во “Знання”, КОО, 2014. – 378 с.
4. Крайник О.П., Клепнікова З.В. *Фінансовий менеджмент*: Навчальний посібник. – Львів: Державний університет “Львівська політехніка”. Київ: “Дакор”, 2013. – 260 с.
5. Мец В.О. *Економічний аналіз* (Збірник практичних завдань і тестів за даними П(С)БО): Навч. посібник. – К.: КНЕУ, 2010. – 236 с.;
6. *Національні стандарти бухгалтерського обліку* // Все про бухгалтерський облік – 2018. №37
7. Нікбахт Е., Гроппеллі А. *Фінанси*: Пер. з англ. – К.: Основи, 2013. – 383 с.
8. Поддєрьогін А.М. та ін. *Фінанси підприємств*: Підручник. – К.: КНЕУ, 2012. – 640 с.
9. Масленко Ю. В. Прибуток як джерело стійкого розвитку підприємства / Ю. В. Масленко, С. Б. Івашенко // *Наукові праці ДонНТУ*. – 2014. – №82. – С. 195-200.
10. Рязанцева В. В. Аналіз формування та використання прибутку підприємства / В. В. Рязанцева // *Статистика України*. – 2017. – №1. – С. 41-43.

References (transliterated)

1. Gadzevich O.I. *Ekonomicznyy analiz gosподarskoy diyalnosti pidpriemstv* [Economic analysis of economic activity of enterprises]: Navch. Posib. – Lutsk: Red vyd “Vezha” Volyn. Derzhg/ un-tu im Lesi Ukrainki. 2017. – 159p
2. Ivanenko V.M. *Kurs ekonomichnogo analizu* [Course of economic analysis]: Navch.- metod. Posibnyk dlya samost. vuvch. dysk. – Kiev. – KNEU, 2015. – 263p.
3. Korobov M.Y. *Finansovo-ekonomichnyi analiz diyalnosti pidpriemstv* [Financial and economic analysis of enterprises]. Navch. Posib. – 2-ge vyd., ster. – Kiev: T-vo “Znannya”. KOO, 2014. – 378p.
4. Krainyk O.P., Klepnikova Z.V. *Finansoviy menegment* [financial management]: Navchalniy posibnyk. – Lviv: Derzhavnyi universitet “Lvivska politehnika”. Kiev: “Dakor”, 2013. – 260p.
5. Mets V.O. *Ekonomicznyy analiz* [Economic analysis] (Zbirnyk praktychnykh zavdan I testiv za danymi P(S) BO): Navch. posibnyk. – Kiev: KNEU, 2010. – 236p.
6. *Natsionalni standarty buhgalterskogo obliku* [National accounting standards] // Vse pro buhgalterskiy oblik – 2018. no 37
7. Nikbaht E., Groppelli A. *Finansy* [Finances]: Per. z angl. – Kiev: Osnovy, 2013. – 383s.
8. Podderyogin A.M. ta in. *Finansy pidpriemstv* [Enterprise finance]: Pidrychnyk. – Kiev: KNEU, 2012. – 640p.
9. Maslenko Y.V. Prybutok yak dgherelo stiykogo rozvitku pidpriemstv [Profit as a source of sustainable development of the enterprise] / Y.V. Maslenko, E.B. Ivashenko // *Naukovi pratsi* [Scientific works] DonNTU. – 2014. –no 82. – pp. 195-200.
10. Ryazantseva V.V. Analiz formuvannya ta vykorystannya prybutku pidpriemstva [Analysis of the formation and use of enterprise profits] *Statystyka Ukrainy* [Statistics of Ukraine]. – 2017 – no1. – pp. 41-43

Надійшла (received) 23.11.2020

Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors

Геворкян Артем Юрійович (Геворкян Артём Юрьевич, Gevorgyan Artem Yuriyovich) – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри міжнародного бізнесу та фінансів; ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5043-1034>; e-mail: bfpochta@gmail.com

Геляровська Оксана Анатоліївна (Геляровская Оксана Анатольевна, Heliarovska Oksana Anatoliivna) – Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», доцент кафедри комп'ютерної математики і аналізу даних; м. Харків, Україна; ORCID:<https://orcid.org/0000-0002-8927-7465>; email: okanhelar@gmail.com

В.В. БОНДАРЕНКО-БЕРЕГОВИЧ**ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА ПІДПРИЄМСТВА ЯК ОБ'ЄКТ УПРАВЛІННЯ**

У статті проведення дослідження формування теоретико-методичної основи для створення ефективних передумов управління економічною безпекою підприємства. Виявлено, що заходи щодо управління та зміцнення економічної безпеки у переважній більшості проводяться несистематично або зовсім не проводяться та процес управління економічної безпеки підприємств є багатокomпонентним та складним у зв'язку із значною кількістю різноманітних загроз зовнішнього і внутрішнього походження, що перешкоджають забезпеченню його стійкості, стабільності та ефективного розвитку. Доведено, що дослідження самого підприємства, його істотних характеристик, складових частин, внутрішніх і зовнішніх зв'язків у контексті дослідження питань управління його економічною безпекою стає особливо актуальним у мінливих умовах сьогодення. Узагальнено поняття підприємства з точки зору законодавства країни, а також системного підходу. З'ясовано, що рушійною силою створення, функціонування та розвитку підприємства є діяльність, що завжди пов'язана з інтересами, міра узгодження яких і формує його економічну свободу, досягаючи того чи іншого рівня економічної безпеки. Систематизовані властивості економічної безпеки підприємства як об'єкта управління. Сформовані теоретичні засади економічної безпеки підприємства як об'єкта управління. Побудовано структурно-логічну схему функціонування системи економічної безпеки підприємства. Зроблено висновок, що теоретичні засади управління економічною безпекою підприємства мають комплементарно-вибірковий характер, зумовлений тим, що однозначний вибір тієї чи іншої концепції щодо функціонування підприємства практично унеможливлений через існування лише короткого проміжку часу, в межах якого використовуються ті чи інші постулати економічної безпеки підприємства. Вибір раціональних рішень щодо теоретичних засад управління економічною безпекою підприємства має спиратися на результати здійснення аналітичного процесу, які можуть не залежати від попереднього досвіду.

Ключові слова: економічна безпека; підприємство; діяльність; управління; система.

В.В. БОНДАРЕНКО-БЕРЕГОВИЧ**ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ КАК ОБЪЕКТ УПРАВЛЕНИЯ**

В статье проведение исследования формирования теоретико-методической основы для создания эффективных предпосылок управления экономической безопасностью предприятия. Выведено, что мероприятия по управлению и укреплению экономической безопасности в подавляющем большинстве проводятся несистематически или совсем не производятся и процесс управления экономической безопасностью предприятий является многокомпонентным и сложным в связи с большим количеством различных угроз внешнего и внутреннего происхождения, препятствующие обеспечению его устойчивости, стабильности и эффективному развитию. Доказано, что исследование самого предприятия, его существенных характеристик, составных частей, внутренних и внешних связей в контексте исследования вопросов управления его экономической безопасностью становится особенно актуальным в меняющихся условиях. Обобщено понятие предприятия с точки зрения законодательства страны, а также системного подхода. Выяснено, что движущей силой создания, функционирования и развития предприятия является деятельность, которая всегда связана с интересами, мера согласования которых и формирует его экономическую свободу, достигая того или иного уровня экономической безопасности. Систематизированные свойства экономической безопасности предприятия как объекта управления. Сформированы теоретические основы экономической безопасности предприятия как объекта управления. Построена структурно-логическая схема функционирования системы экономической безопасности предприятия. Сделан вывод, что теоретические основы управления экономической безопасностью предприятия должны комплементарно-избирательный характер, обусловленный тем, что однозначный выбор той или иной концепции функционирования предприятия практически невозможен из-за существования только короткого промежутка времени, в пределах которого используются те или иные постулаты экономической безопасности предприятия. Выбор рациональных решений относительно теоретических основ управления экономической безопасностью предприятия должен опираться на результаты осуществления аналитического процесса, которые могут не зависеть от предыдущего опыта.

Ключевые слова: экономическая безопасность; предприятие; деятельность; управление; система.

V. BONDARENKO-BEREGOVICH**ECONOMIC SECURITY OF THE ENTERPRISE AS AN OBJECT OF MANAGEMENT**

The article conducts research on the formation of a theoretical and methodological basis for creating effective prerequisites for managing the economic security of an enterprise. It is revealed that measures to manage and strengthen economic security in the vast majority are carried out unsystematically or not at all, and the process of managing the economic security of enterprises is multicomponent and complex due to a significant number of various threats of external and internal origin that hinder its stability, stability and effective development. It is proved that the study of the enterprise itself, its essential characteristics, components, internal and external relations in the context of the study of issues of managing its economic security becomes especially relevant in the changing conditions of our time. The concept of an enterprise is generalized from the point of view of the country's legislation, as well as a systematic approach. It is found out that the driving force behind the creation, functioning and development of an enterprise is activities that are always associated with interests, the measure of coordination of which forms its economic freedom, achieving a particular level of economic security. Systematized properties of economic security of the enterprise as an object of management. Theoretical foundations of economic security of the enterprise as an object of management are formed. A structural and logical scheme of functioning of the enterprise's economic security system is constructed. It is concluded that the theoretical foundations of managing the economic security of an enterprise have a complementary and selective character, due to the fact that an unambiguous choice of a particular concept regarding the functioning of the enterprise is practically impossible due to the existence of only a short period of time, within which certain postulates of the economic security of the enterprise are used. The choice of rational decisions on the theoretical foundations of managing the economic security of an enterprise should be based on the results of the analytical process, which may not depend on previous experience.

Keywords: economic security; enterprise; activity; management; system.

Вступ У нинішніх умовах нестабільності ринкової економіки України успішний розвиток та

функціонування будь-якого суб'єкта господарювання часто залежать від надійної, якісної й ефективної системи управління економічною безпекою підприємства. На практичному досвіді ведення бізнесу вітчизняних підприємств заходи щодо управління та зміцнення економічної безпеки у переважній більшості проводяться несистематично або зовсім не проводяться. Тому підприємств часто потерпають від економічних криз, як глобальних, так й внутрішніх, а також від деструктивної діяльності різноманітних чинників зовнішньої природи. Все це унеможливорює якісне економічне зростання господарюючого сектору України у довгостроковій стратегічній перспективі.

Постановка задачі. В умовах повної або часткової невизначеності та мінливості внутрішнього та зовнішнього середовища, конкурентної боротьби, кон'юнктурних коливань економіки, подолання наслідків світової фінансової кризи для успішного і стратегічного функціонування підприємства на внутрішньому та світовому ринках ключового значення набуває побудова та розвиток системи управління його економічною безпекою. Процес управління економічною безпекою підприємств є багатокомпонентним та складним у зв'язку із значною кількістю різноманітних загроз зовнішнього і внутрішнього походження, що перешкоджають забезпеченню його стійкості, стабільності та ефективному розвитку.

Таким чином, для успішного управління економічною безпекою підприємств України необхідна розробка комплексного теоретико-методичного забезпечення з можливістю його застосування на практиці.

Мета роботи. Метою статті є формування теоретико-методичної основи для створення ефективних передумов управління економічною безпекою підприємства.

Аналіз основних досягнень і літератури.

Дослідження проблем ефективного та якісного управління економічною безпекою підприємства опрацьовані в працях багатьох вчених-економістів таких, як Ляшенко О.М. [1-2], Комарков Д.В. [3], Штамбург Н.В. [4], Фень К.С. [5], Отенко І.П. [6], Франчук В.І. [7], Лафта Дж.К. [8], Ільєнко О.В. [9], Власюк О.С. [10], Лук'яненко С.О., Караєва Н.В. [11], Белопольський М.Г., Кузьміна О.В. [12] та ін. Однак, незважаючи на проведені цими вченими дослідження залишаються не вирішеними питання побудови універсальної теоретико-методичної бази щодо ідентифікації економічної безпеки підприємства як об'єкту управління.

Викладення основного матеріалу дослідження.

Економічна безпека не є абстрактним поняттям. На кожному щаблі вертикалі економічної безпеки – від найвищого до найнижчого – таке поняття має певне предметне поле: міждержавні відносини, державу, регіон, підприємство чи життєдіяльність людини. Кожне предметне поле

має свої особливості та специфіку щодо ідентифікації його економічної безпеки. Безперечно, значущість дослідження особливостей кожного такого предметного поля в рамках проведення спеціальних досліджень щодо їх економічної безпеки не викликає сумнівів. Проте підприємство було і залишається основною структурною ланкою економіки будь-якого типу: як адміністративно-командного, так і ринкового. Дослідження самого підприємства, його істотних характеристик, складових частин, внутрішніх і зовнішніх зв'язків у контексті дослідження питань управління його економічною безпекою стає особливо актуальним.

Руйнування старої системи функціонування, створення нових основ і відкриття нових можливостей діяльності, необхідність перегляду поглядів щодо підприємства в умовах глобалізації і безліч інших чинників потребують вивчення теоретичного підґрунтя поняття "підприємство" в різних галузях знань, які перетинаються з наукою про економічну безпеку. Тому, перш ніж розглядати економічну безпеку підприємства як об'єкт управління, маємо зосередитись на різнобічному розгляді власне її предметного поля, тобто підприємства. Підприємство можна розглядати і як первинну ланку економіки, і як певну сукупність засобів виробництва, їх комплекс, і як певний колектив, який під керівництвом менеджерів здійснює випуск товарів або надає послуги, чи як об'єкт права тощо.

Поняття «підприємство» є узагальнюючим, або збірним. Воно, по-перше, визначає підприємства як суб'єкти господарського права щодо всіх форм і видів власності в Україні (організаційні форми і види підприємств) [1]. По-друге, це поняття є загальногалузевим, тобто взагалі визначає промисел (фабрики, заводи, шахти), будівельні, транспортні, сільськогосподарські, торгові та інші підприємства. Найчастіше підприємства й установи ідентифікують як організації, що виконують економічні, соціально-культурні, адміністративно-політичні та інші функції з метою задоволення матеріальних, духовних та інших потреб громадян, суспільства й держави. Вони відрізняються один від одного за змістом, результатом і метою основної діяльності.

Таким чином, з точки зору права взагалі та вітчизняного законодавства зокрема, підприємство – це самостійна господарська організація, створена і зареєстрована у встановленому законом порядку для здійснення господарської діяльності з метою задоволення суспільних потреб у товарі (продукції, роботах, послугах) та отримання прибутку, яка діє на підставі статуту, користується правами і виконує обов'язки щодо своєї діяльності, є юридичною особою, має самостійний баланс, поточний та інші рахунки в банках [2].

Розглядаючи підприємство з позиції економічної галузі знань, не можна не торкнутися питань його інтегрованості до економічної системи вищого рівня – регіону та країни [3]. З цієї точки

зору окрему увагу слід приділити градотворчим підприємствам, під яким розуміється виробниче підприємство, на якому зайнята значна або навіть основна частина працюючих громадян міста чи селища, у зв'язку із чим воно визначальним чином впливає на зайнятість населення, на його інфраструктуру та розв'язання соціальних проблем.

Як об'єкт управління, який в умовах ринкових відносин і конкуренції є складною багаторівневою ієрархічною системою, підприємство слід розглядати одночасно з кількох позицій. Так, з одного боку, а саме: з позиції інтегрованості до складної системи ринкових відносин, головною метою функціонування підприємства є забезпечення задоволення відповідної потреби суспільства в товарах чи послугах у довгостроковій перспективі. З іншого боку, підприємство як об'єкт управління має власні цілі, серед яких забезпечення відповідного рівня конкурентоспроможності, збільшення ринкової вартості, формування соціально відповідальної поведінки тощо. Загалом, у межах системного підходу підприємство як об'єкт управління розглядається доволі різнобічно – і як явище [4], і як процес [5], і як механізм [6], і як система логічних моделей [7], що, з одного боку, ускладнює розробку підходів до управління економічною безпекою, а з іншого – надає можливості деталізації таких підходів.

На особливу увагу в рамках вивчення економічної безпеки підприємства як об'єкта управління заслуговує позиція Дж. К. Лафта, яка стосується тлумачення підприємства як соціального утворення, що має певну свободу вибору форм діяльності та являє єдину структуру, елементи якої є взаємопов'язаними та функціонують задля досягнення певних цілей [8]. Таке тлумачення підприємства водночас відбиває всі його ознаки, що можуть бути істотними при вивченні економічної безпеки підприємства як об'єкта управління, а саме: наявність свободи вибору, внутрішня упорядкованість (як прийнятність до керованості) та соціальне утворення.

Рушійною силою створення, функціонування та розвитку підприємства є діяльність, що завжди пов'язана з інтересами, міра узгодження яких і формує його економічну свободу, досягаючи того чи іншого рівня економічної безпеки. Словники тлумачать діяльність як працю, дії людей у будь-якій галузі, застосування праці до будь-чого; функціонування, діяння органів живого організму, організації, установи, машини і та ін.; виявлення сили, енергії будь-чого.

Діяльність як найважливіша сутнісна ознака підприємства є однією з головних причин існування поглядів на підприємство як на динамічну систему, властивостями якої є надійність, гнучкість, результативність, довготривалість та керованість. Економічна безпека підприємства як об'єкт управління успадкувала майже всі властивості динамічної системи. Внаслідок високого ступеня уразливості, виняток становить така властивість як

довготривалість. Власне, практична відсутність такої властивості, будучи сама по собі загрозою, утворює цілу низку особливостей, притаманних економічній безпеці підприємства як об'єкту управління. Властивості економічної безпеки підприємства як об'єкта управління наведено на рис. 1 [9].

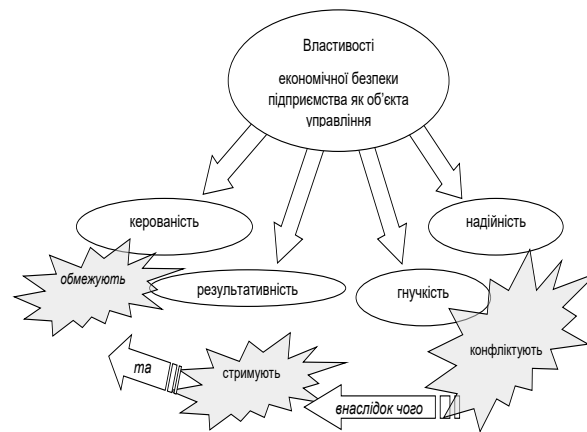


Рисунок 1 – Властивості економічної безпеки підприємства як об'єкта управління

Являючи собою динамічну систему, яка трансформується з одного якісного стану в інший, підприємство не втрачає при цьому якостей цілісної системи, завдяки таким властивостям, як надійність, гнучкість, керованість та результативність. Розглядаючи економічну безпеку підприємства як об'єкт управління, слід кожну із зазначених властивостей прокоментувати таким чином:

надійність (здатність забезпечувати певний рівень економічної безпеки підприємства шляхом використання запасу міцності щодо протистояння руйнівному впливу загроз);

гнучкість (здатність забезпечувати певний рівень економічної безпеки підприємства шляхом використання різних способів узгодження інтересів);

результативність (здатність досягати поставлених цілей щодо управління економічною безпекою підприємства);

керованість (здатність впливати на результативність управління економічною безпекою) [10].

Економічна свобода підприємства включає свободу контрактів, що передбачає добровільний вибір партнерів (або відмову від партнерів) по бізнесу, рівноправ'я їх між собою і по відношенню до контрактних зобов'язань. У зв'язку з цим необхідна добровільна, а не примусова участь сторін, в якому б вигляді це примушення не здійснювалося. Отже, обмеження економічної свободи виникає у разі, коли можливості вибору підприємства по напрямках його діяльності обмежені, внаслідок чого вони вимушені реагувати на різного роду загрози, що виникають як усередині підприємств, так і в зовнішньому економічному середовищі.

В [10] усі концепції щодо функціонування підприємства, а, отже, й управління ним, поділено на три групи: технологічну, інституційну та підприємницьку. Існуючі теорії функціонування підприємства, на жаль,

висвітлюють лише окремі аспекти його діяльності, через що їх можна вважати валідними. Тому узагальнюючою має бути така інтеграційна концепція, в рамках якої підприємство виконує роль системного інтегратора різноманітних соціально-економічних процесів у часі і просторі. При цьому ключовою ланкою є інтеграція у часі, тобто забезпечення безпечного існування та розвитку підприємства. Таке теоретичне розуміння сутності підприємства потребує концептуалізації управління економічною безпекою підприємства, адекватної та такої, яка не суперечить як теперішнім, так і майбутнім умовам розвитку підприємства. Графічну інтерпретацію використання такого групування концепцій у площині управління економічною безпекою підприємства подано на рис. 2 [11].



Рисунок 2 – Теоретичні засади економічної безпеки підприємства як об'єкта управління

Структурно-логічну композицію економічної безпеки підприємства як об'єкта управління подано на рис. 3 [12].

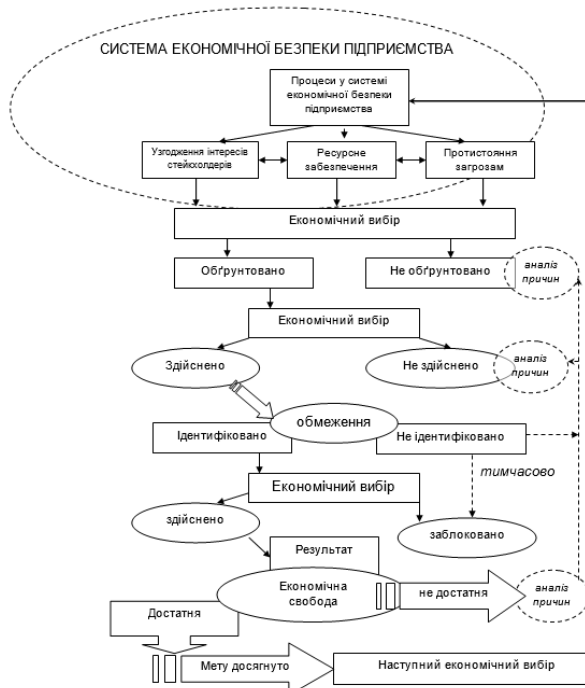


Рисунок 3 – Структурно-логічна композиція функціонування системи економічної безпеки підприємства. Отже, враховуючи той вельми значущий факт, що економічна безпека підприємства, виступаючи

мірою економічної свободи, перебуває під впливом охарактеризованих чинників, дія яких є двогострою, слід висунути гіпотезу: економічна безпека підприємства є специфічним об'єктом управління, який маємо віднести до класу частково керованих систем.

Висновки. Отже, теоретичні засади управління економічною безпекою підприємства мають комплементарно-вибірковий характер, зумовлений тим, що однозначний вибір тієї чи іншої концепції щодо функціонування підприємства практично унеможливлений через існування лише короткого проміжку часу, в межах якого використовуються ті чи інші постулати економічної безпеки підприємства. Вибір раціональних рішень щодо теоретичних засад управління економічною безпекою підприємства має спиратися на результати здійснення аналітичного процесу, які можуть не залежати від попереднього досвіду. Інакше кажучи, вибір раціональних рішень може бути не ередитарним.

Відмінною рисою побудованої структурно-логічної композиції економічної безпеки підприємства як об'єкта управління є поступально-зворотний рух та визначальна роль здійснення економічного вибору. Економічний вибір у традиційному розумінні – це вибір найкращого з числа альтернативних варіантів, котрий дозволяє досягти максимального задоволення потреб за мінімум витрат, проте в контексті виконуваного дослідження таке тлумачення потребує уточнення. Зокрема, здійснення економічного вибору в управлінні економічною безпекою підприємства означає вибір найкращого з числа альтернативних варіантів узгодження інтересів підприємства за умов раціонального використання ресурсів. Здійснення економічного вибору може істотно обмежити недобросовісна конкуренція, економічна злочинність, корупція, кризові явища (як феномен), рейдерські напади тощо.

Список літератури

1. Ляшенко О.М. Вплив економічної безпеки на розвиток підприємства. *Вісник Донбаської державної машинобудівної академії. Зб. наук. праць.* 2008. Вип. 3(13). С. 174–177.
2. Ляшенко О.М. Категорії управління економічною безпекою підприємства. *Вчені записки Університету "КРОК". Зб. наук. праць.* 2011. Вип. 27 (2). С. 17–22.
3. Комарков Д.В. Методичне забезпечення аналізу економічної безпеки розвитку підприємств. *Економіка і регіон.* 2017. № 6(67). С. 130–133.
4. Штамбург Н. В. Особливості економічної безпеки підприємств машинобудівної галузі. *Бюлетень Міжнародного Нобелівського економічного форуму.* 2012. № 1 (5). С. 425–432.
5. Фень К.С. Теоретичні аспекти формування механізму економічної безпеки підприємств харчової промисловості. *Збірник наукових праць Подільського аграрно-технічного університету.* 2015. № 22. С. 126–130.
6. Отенко І. П. *Стратегічні пріоритети підприємства: моногр.* Харків: Вид. ХНЕУ, 2008. 180 с.
7. Франчук В. І. Концептуальні підходи до організації підготовки фахівців з економічної безпеки. *Науковий вісник НЛТУ України.* 2011. Вип. 21(11). С.356–363.

8. Лафта Дж. К. *Теория организации : учеб. пособ.* Москва: ТК Велби, 2006. 416 с.
9. Льяненко О.В. Розвиток теорії «економічна безпека підприємництва» в країнах з трансформаційною економікою. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2013. №1. С. 91-97.
10. Власюк О.С. *Безпека та конкурентоспроможність економіки України в умовах глобалізації : моногр.* Київ: НІСД, 2017. 384 с.
11. Лук'яненко С.О., Караєва Н.В. *Економічна безпека територіально-виробничих комплексів: енергетика, екологія, інформаційні технології : моногр.* Київ: «МП Леся», 2015. 256 с.
12. Белополюський М.Г., Кузьміна О.В. Обґрунтування стратегії збалансованого розвитку промислових підприємств. *Вісник Дніпропетровського університету*. 2016. № 6. С. 23–33.
- promyslovosti [Theoretical aspects of the formation of the mechanism of economic security of food industry enterprises]. *Zbirnyk naukovykh prats Podilskoho ahrarno-tekhnichnoho universytetu* [Collection of scientific works of Podolsk agrarian and Technical University]. 2015. Vol. 22. pp. 126-130.
6. Otenko I. *Stratehichni priorytety pidpriemstva* [Strategic priorities of the enterprise]. Kharkiv: Vyd. KhNEU, 2008. 180 p.
7. Franchuk V. Kontseptualni pidkhody do orhanizatsii pidhotovky fakhivtsiv z ekonomichnoi bezpeky [Conceptual approaches to the organization of training of specialists in economic security]. *Naukovyi visnyk NLTU Ukrainy* [Scientific Bulletin of NLTU of Ukraine]. 2011. Vol. 21(11). pp.356–363.
8. Lafta Dzh. *Teoriya orhanyzatsyy* [Theory of organization]. Moskva: TK Velby, 2006. 416 p.
9. Iliencko O. Rozvytok teorii «ekonomichna bezpeka pidpriemnytstva» v krainakh z transformatsiinoiu ekonomikoio [Development of the theory of "economic security of entrepreneurship" in countries with a transformational economy]. *Formuvannya rynkovykh vidnosyn v Ukraini* [Formation of market relations in Ukraine]. 2013. Vol.1. pp. 91-97.
10. Vlasjuk O. *Bezpeka ta konkurentospromozhnist ekonomiky Ukrainy v umovakh hlobalizatsii* [Security and competitiveness of the Ukrainian economy in the context of globalization]. Kyiv: NISD, 2017. 384 p.
11. Luk'ianenko S., Karaieva N. *Ekonomichna bezpeka terytorialno-vyrobnychyykh kompleksiv: enerhetyka, ekolohiia, informatsiini tekhnolohii* [Economic security of territorial production complexes: energy, ecology, information technologies]. Kyiv: «MP Lesia», 2015. 256 p.
12. Belopolskyi M., Kuzmina O. Obgruntuvannya stratehii zbalansovanoho rozvytku promyslovykh pidpriemstv [Substantiation of the strategy of balanced development of industrial enterprises]. *Visnyk Dnipropetrovskoho universytetu* [Bulletin of Dnepropetrovsk University]. 2016. Vol. 6. pp. 23–33.

References

Надійшла (received) 23.11.2020

Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors

Бондаренко-Берегович Валерія Валеріївна (Бондаренко-Берегович Валерия Валерьевна, Bondarenko-Beregovich Valeria) – аспірантка, Вінницький національний аграрний університет, м. Вінниця, Україна, e-mail: ndekc2019@ukr.net

О. І. МАСЛАК, Н. Є. ГРИШКО, О. О. ГЛАЗУНОВА, Б. В. ГРИШКО

ПРОМИСЛОВІ ІННОВАЦІЇ: МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ З УРАХУВАННЯМ СТАДІЙ ЇХ ЖИТТЄВОГО ЦИКЛУ

Дослідження механізмів управління промисловими інноваціями з урахуванням стадій їх життєвого циклу є надзвичайно актуальним і важливим завданням на шляху розв'язання проблем переходу підприємств до інноваційної моделі розвитку. Інноваційна діяльність підприємства спрямована на створення і залучення із зовнішнього середовища таких інновацій, які б сприяли підвищенню його конкурентоспроможності, зміцненню ринкових позицій, забезпечували перспективи розвитку. У зв'язку з цим виникає об'єктивна необхідність у переосмисленні на теоретичному та практичному рівнях ролі механізмів управління інноваціями з урахуванням стадій життєвого циклу для сучасної української економіки та її перспектив. Метою статті є формування механізму управління промисловими інноваціями з урахуванням їх життєвого циклу. Проблеми у сфері інноваційного розвитку настільки різноманітні та складні, що необхідні подальші дослідження у цій площині, які б включали комплексний аналіз механізмів управління інноваціями у непростих соціально-політичних та економічних умовах розвитку національної економіки та забезпечували економічну безпеку підприємств. Розвиток та функціонування інновацій та інноваційних процесів підприємства неможливо без створення механізму управління інноваційною діяльністю, яка контролювала би всі складові даного виду діяльності, враховуючи окремі стадії життєвого циклу продукції, як на стратегічному та і оперативному рівнях. Інноваційна діяльність потребує системного управління за допомогою механізму, який повинен бути елементом загального стратегічного механізму управління підприємством, який враховує особливості окремих стадій життєвого циклу промислових інновацій. Запропонований в статті механізм управління промисловими інноваціями, який враховує специфіку стадій життєвого циклу надасть більш повне розуміння принципів управління інноваційною діяльністю та допоможе реалізувати інноваційний потенціал промислових підприємств шляхом ефективної реалізації інноваційних проектів, розрахованих на отримання конкурентних переваг і зміцнення ринкових позицій.

Ключові слова: промислові інновації, життєвий цикл товару; механізм управління; ефективність; економічна безпека

О. И. МАСЛАК, Н. Е. ГРИШКО, О. А. ГЛАЗУНОВА, Б. В. ГРИШКО

ПРОМЫШЛЕННЫЕ ИННОВАЦИИ: МЕХАНИЗМ УПРАВЛЕНИЯ С УЧЕТОМ СТАДИЙ ИХ ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА

Исследование механизмов управления промышленными инновациями с учетом стадий их жизненного цикла является чрезвычайно актуальным и важным заданием на пути решения проблем перехода предприятий к инновационной модели развития. Инновационная деятельность предприятия направлена на создание и привлечение из внешней среды таких инноваций, способствующих повышению его конкурентоспособности, укреплению рыночных позиций, обеспечивали перспективы развития. В связи с этим возникает объективная необходимость в переосмыслении на теоретическом и практическом уровнях роли механизмов управления инновациями с учетом стадий жизненного цикла для современной украинской экономики и ее перспектив. Целью статьи формирование механизма управления промышленными инновациями с учетом их жизненного цикла. Проблемы в сфере инновационного развития настолько разнообразны и сложны, что необходимы дальнейшие исследования в этой плоскости, которые включали комплексный анализ механизмов управления инновациями в сложных социально-политических и экономических условиях развития национальной экономики и обеспечивали экономическую безопасность предприятий. Развитие и функционирование инноваций и инновационных процессов предприятия невозможно без создания механизма управления инновационной деятельностью, которая контролировала бы все составляющие данного вида деятельности, учитывая отдельные стадии жизненного цикла продукции, как на стратегическом, так и оперативном уровнях. Инновационная деятельность требует системного управления с помощью механизма, который должен быть элементом общего стратегического механизма управления предприятием, учитывающий особенности отдельных стадий жизненного цикла промышленной продукции. Предложенный в статье механизм управления промышленными инновациями, учитывающий специфику стадий жизненного цикла, предоставит более полное понимание принципов управления инновационной деятельностью и поможет реализовать инновационный потенциал промышленных предприятий путем эффективной реализации инновационных проектов, рассчитанных на получение конкурентных преимуществ и укрепления рыночных позиций.

Ключевые слова: промышленные инновации, жизненный цикл товара; механизм управления; эффективность; экономическая безопасность

O. I. MASLAK, N. YE. GRYSHKO, O. A. HLAZUNOVA, B. V. HRYSHKO

INDUSTRIAL INNOVATIONS: A MANAGEMENT MECHANISM TAKING INTO ACCOUNT THE STAGES OF THEIR LIFE CYCLE

The study of the mechanisms of industrial innovation management, taking into account the stages of their life cycle, is an extremely relevant and important task in solving the problems of the transition of enterprises to an innovative model of development. The innovative activity of the enterprise is aimed at creating and attracting from the external environment such innovations that would help increase its competitiveness, strengthen market positions, provide prospects for development. In this regard, there is an objective need to rethink at the theoretical and practical levels the role of innovation management mechanisms, taking into account the stages of the life cycle for the modern Ukrainian economy and its prospects. The aim of the article is to study and analyze the formation of industrial innovation management mechanism taking into account their life cycle. The problems in the field of innovation development are so diverse and complex that further research is needed in this area, which would include a comprehensive analysis of innovation management mechanisms in difficult socio-political and economic conditions of the national economy and ensure economic security. The development and functioning of innovations and innovation processes of the enterprise is impossible without creating a mechanism for managing innovation, which would control all components of this activity, taking into account the individual stages of the product life cycle, both at the strategic and operational levels. Innovation requires systematic management through a mechanism that should be part of the overall strategic mechanism of enterprise management, which takes into account the characteristics of individual stages of the life cycle of industrial products. The mechanism of industrial innovation management proposed in the article, which takes into account the specifics of life cycle stages, will provide a fuller understanding of innovation management principles and help realize the innovative potential of industrial enterprises through effective implementation of innovative projects designed to gain competitive advantage and strengthen market positions.

Keywords: industrial innovations, product life cycle; management mechanism; efficiency; economic security

Вступ. Дослідження механізмів управління промисловими інноваціями з урахуванням стадій їх життєвого циклу є надзвичайно актуальним і важливим завданням на шляху розв'язання проблем переходу підприємств до інноваційної моделі розвитку. Подальший економічний розвиток України, перспектива посісти належне місце в європейському співтоваристві та світі залежать насамперед від опанування інноваційної моделі економічного розвитку. Механізми вироблення і реалізації державної інноваційної політики в Україні знаходиться в стадії становлення. Стимулювання конкуренції, обмеження монополій є найважливішими загальноекономічними умовами поширення інновацій.

У зв'язку з цим виникає об'єктивна необхідність у переосмисленні на теоретичному та практичному рівнях ролі механізмів управління інноваціями з урахуванням стадій життєвого циклу для сучасної української економіки та її перспектив розвитку.

Аналіз основних досягнень і літератури. Проблемам розвитку інновацій, питанням управління інноваційною діяльністю, механізмам управління інноваціями і вивченню їх життєвих циклів (ЖЦ) приділяється велика увага, як в теоретичному, так і в методологічному аспекті, про що свідчать численні наукові роботи таких вчених-економістів, як Б. А. Писаренко, Н. Б. Проценко [1], І. О. Галиця [2], Н. В. Гонтова [4], А. І. Землянкін, І. Ю. Підоричева [5], Т. Г. Логутова [6], С. М. Ступак [7], Л. В. Шикова, Г. О. Швець [8] та ін. [3,9-12].

Б. А. Писаренко та Н. Б. Проценко в своїй роботі [1] розкривають зміст і специфіку механізму управління інноваційними процесами на промислових підприємствах (ПП), а також пропонують регламентну систему управління інноваційним процесом, із деталізацією переліку робіт та відповідальності підрозділів і посадових осіб підприємства за кожним етапом інноваційного процесу.

В статті [8] перераховано принципи, за яким повинен формуватися механізм управління інноваційною діяльністю. Стаття [7] розглядає складові механізму управління інноваційною діяльністю підприємства та встановлює особливості взаємодії систем механізму управління інноваційною діяльністю на макро- і мікрорівнях управління.

В статті [2] досліджено методичні основи системи моніторингу, прогнозування, планування і забезпечення реалізації інноваційної діяльності та головні засади механізму її функціонування.

За думкою Л. І. Федулової [9], важливою складовою формування такої інноваційної політики має бути розроблення механізму застосування законів, закономірностей і принципів управління в інноваційній сфері. Невід'ємним елементом утвердження інноваційної моделі розвитку національної економіки є поєднання підприємницьких ініціатив з державним регулюванням механізмів управління інноваційною діяльністю.

З-поміж механізмів, які вже застосовуються для реалізації державних функцій у сфері інноваційного розвитку в Україні, виокремлено такі:

- законодавчі та нормативні механізми

управління інноваціями;

- фінансово-бюджетні, інвестиційні (венчурні) та мотиваційні механізми управління інноваційним розвитком;

- механізм взаємодії науки, освіти та виробництва;

- механізми планування і прогнозування, координації та контролю за інноваційною діяльністю;

- кластерний механізм організації інноваційної діяльності [5].

Проте вони є недосконалими, що й зумовлює потребу в їх модифікації. Проблеми у сфері інноваційного розвитку настільки різноманітні та складні, що необхідні подальші дослідження у цій площині, які б включали комплексний аналіз механізмів управління інноваціями у непростих соціально-політичних та економічних умовах розвитку національної економіки. Крім використання традиційних методів державної підтримки інновацій, потрібно застосовувати нові сучасні механізми управління, більшою мірою орієнтовані на створення інституціональних умов і стимулів для ефективного здійснення інноваційної діяльності.

Мета дослідження. Метою статті є формування механізму управління промисловими інноваціями з урахуванням їх життєвого циклу.

Виклад основного матеріалу. Інноваційна діяльність підприємства спрямована на створення і залучення із зовнішнього середовища таких інновацій, які б сприяли підвищенню конкурентоспроможності, зміцненню ринкових позицій, забезпечували перспективи розвитку. Розвиток та функціонування інновацій та інноваційних процесів підприємства неможливо без створення механізму управління інноваційною діяльністю, яка контролювала би всі складові даного виду діяльності, враховуючи окремі стадії життєвого циклу продукції, як на стратегічному та і оперативному рівнях. Формування механізму управління промисловими інноваціями направлене на орієнтацію діяльності підприємства на безупинний пошук і реалізацію ринкових можливостей інноваційного розвитку в мінливих умовах зовнішнього середовища функціонування.

Механізм управління інноваційною діяльністю окрім зв'язку з процесами державного регулювання і стимулювання в сфері інновацій, тісно пов'язаний з діяльністю конкретних суб'єктів господарювання, підприємств, що здійснюють своє функціонування активно взаємодіючи із зовнішнім середовищем.

Враховуючи особливості та функції управління інноваційною діяльністю та особливості окремих стадій життєвого циклу можна стверджувати, що жодна з систем не може ефективно функціонувати без певного механізму. Тому й управління промисловими інноваціями повинно спиратися на механізм, який діє на підприємстві та є елементом загального механізму управління підприємством.

Так, на думку, Ступак С. М. механізм управління інноваційною діяльністю підприємства, повинен формуватися, за наступною системою принципів:

- системності як відкритої, адаптивної, динамічної системи імовірнісного характеру;

- комплексності як системи, яка функціонує у ринковому середовищі в межах окреслених методами державного і регіонального регулювання;

- орієнтації на інновації, що забезпечує довготривале виживання і розвиток підприємства в нестабільному середовищі за рахунок постійного пошуку і використання нових способів і сфер реалізації його потенціалу [7].

На рис. 1 зображено механізм управління промисловими інноваціями, який враховує особливості стадій життєвого циклу товару.

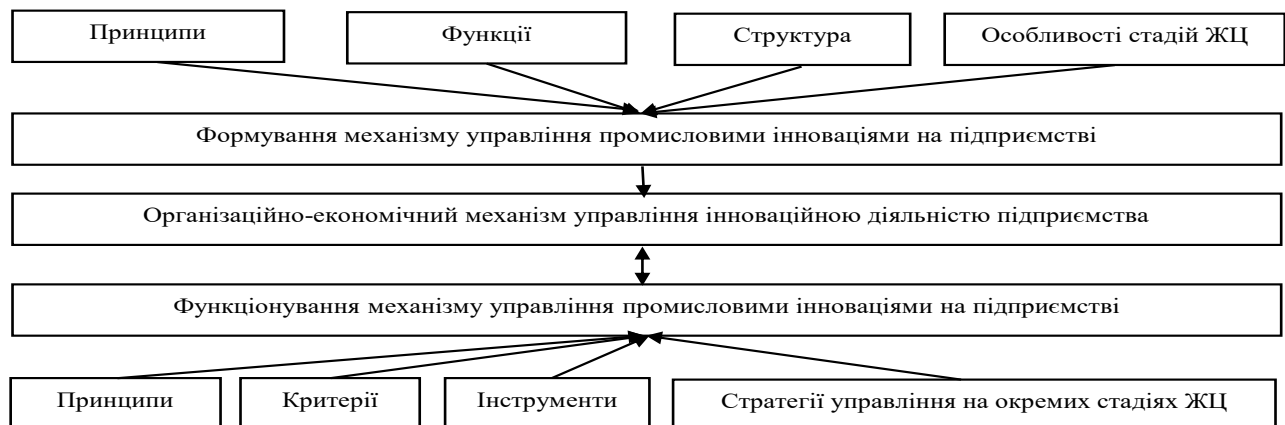


Рис. 1 – Механізм управління промисловими інноваціями з урахуванням стадій життєвого циклу

Джерело: побудовано автором на основі [7]

Для формування та ефективного функціонування механізму управління промисловими інноваціями передбачається здійснення наступних кроків:

- визначення найбільш ризикованих напрямів діяльності підприємства;
- використання різноманітних джерел інноваційних ідей;
- визначення кількісних цілей, на досягнення яких спрямований інноваційний проект;
- визначення основних етапів роботи з реалізації інноваційного проекту.

Побудова механізму управління інноваційною діяльністю потребує системного підходу до його комплексного аналізу з точки внутрішнього змісту і зовнішнього середовища його функціонування.

На систему управління промисловими інноваціями та його механізм впливає велика кількість факторів, як внутрішнього так і зовнішнього характеру. До основних важелів зовнішнього характеру можна віднести державу. Внутрішні фактори припускають створення сприятливих стимулюючих умов всередині підприємства з метою розвитку інноваційних здібностей працівників [10]. Сприятлива для інновацій організація повинна підтримувати творчі процеси та забезпечувати можливості для реалізації позитивно оцінених ідей до успішного впровадження їх у виробництво.

Основними напрямками, що забезпечують реалізацію інноваційної політики та формування відповідного організаційно-економічного механізму управління інноваціями на ПП, на нашу думку, є:

- визначення стратегії розвитку ПП;
- вдосконалення системи зовнішньої та внутрішньої звітності підприємства з метою збору та аналізу інформації, що відображає поточний стан та

результати впровадження інноваційних заходів на різних етапах ЖЦ промислової продукції;

- розробка системи стандартів підприємства щодо ресурсовитрат на одиницю виробленого товару;

- запровадження системи контролю за виконанням внутрішніх процесів підприємства на кожній стадії виробництва;

- формування системи фінансування інноваційних заходів (пошук джерел фінансування, визначення оптимальних з точки зору співвідношення результатів та витрат на інноваційні заходи);

- вдосконалення системи прогнозування та планування обсягів виробництва та реалізації інноваційної продукції з урахуванням стадій ЖЦ.

При цьому, щоб забезпечити постійну і поступальну активізацію інноваційних процесів, необхідно сформувати і запровадити систему стимулювання інноваційної діяльності на підприємствах, яка повинна складатися з таких основних підсистем, як навчання і поповнення знань інноваторів; стимулювання інноваційної діяльності; акумуляції і моніторингу результатів інтелектуальної діяльності; створення внутрішньофірмових структур управління інноваційним процесом.

В умовах постійних змін асортименту виробленої продукції, удосконалення технологій її вироблення, методів організації виробництва і збуту відповідно до змін ринкової кон'юнктури повинна бути присутня гнучкість до формування організаційних структур управління, які були б адекватні конкретним умовам реалізації інноваційних проектів, дозволяли б реалізувати інноваційний потенціал підприємства.

Висновки. Таким чином, можна стверджувати, що інноваційна діяльність підприємства є запорукою його ефективного функціонування. Однак інноваційна діяльність потребує системного управління за допомогою механізму, який повинен бути елементом загального стратегічного механізму управління підприємством, який враховує особливості окремих стадій життєвого циклу промислової продукції.

Запропонований в статті механізм управління промисловими інноваціями, який враховує специфіку стадій життєвого циклу надасть більш повне розуміння принципів управління інноваційною діяльністю та допоможе реалізувати інноваційний потенціал ПП

шляхом ефективної реалізації інноваційних проєктів, розрахованих на отримання конкурентних переваг і зміцнення ринкових позицій.

Список літератури

- Писаренко Б. А., Проценко Н. Б. Інноваційне забезпечення стійкого функціонування промислових підприємств. *Вісник економічної науки України*, 2011. № 2 (20). С. 143-154.
- Галиця І., Шевченко М., Галиця М. Механізми вдосконалення управління інноваційною діяльністю в умовах економічної нестабільності. *Вісник НАН України*, 2010. № 5. С. 33-41.
- Перерва П. Г. *Экономическая оценка инновационного потенциала: [монография]* / П. Г. Перерва, А. П. Косенко, Д. Коциски, Д. Л. Скай, О. И. Маслак. – Мишкельц: Мишк. Тех. Ун-т. – 2009. – 166 с.
- Гонтова Н. В. Дослідження циклічності процесу адаптації підприємства до інноваційного розвитку. *Економічний вісник Донбасу*, 2013. № 2 (32). С. 179-190.
- Землянкін А. І., Підоричева І. Ю. Механізми управління інноваціями в Україні: стан і перспективи вдосконалення. *Стратегічні пріоритети*, 2014. № 2. С. 43-48.
- Логутова Т. Г. *Организационно-экономический механизм государственного управления инновационным развитием региона: моногр.* Мариуполь: ПГТУ, 2006. 224 с.
- Ступак С. М. Механізм управління інноваційною діяльністю підприємства. *Науковий вісник. Одеський державний економічний університет. Всеукраїнська асоціація молодих науковців. Науки: економіка, політологія, історія*, 2010. № 5 (106). С. 41-49.
- Шикова Л. В., Швець Г. О. Особливості управління інноваційною діяльністю на підприємстві. *Економіка і організація управління*, 2014. №3(19) – 4(20). С.293-297.
- Федулова Л. І. *Інноваційна економіка: підручник*. К.: Либідь, 2006. 408 с.
- Буренніков Ю. Ю. Формування структури механізму управління інноваційною діяльністю. *Вісник Вінницького політехнічного інституту*, 2007. № 3. С. 42-45.
- Лівоско Т. В., Дворніченко Д. С. Інновації та інноваційна політика підприємства: принципи формування та механізми реалізації. *Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії*. 2014. №6. С. 116-124.
- Маслак О. І., Безручко О. О. Управління економічним потенціалом на різних стадіях його життєвого циклу. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2014. № 1. С. 201-212.
- innovation in conditions of economic instability]. *Visnyk NAN Ukrainy* [Bulletin of the NAS of Ukraine], 2010. no 5. pp. 33-41.
- Pererva P. G. *Ekonomicheskaya oцenka innovatsionnogo potentsiala. Monografiya* [Economic assessment of innovation potential] / P. G. Pererva, A. P. Kosenko, D. Kocziszky, O. I. Maslak - Miskolc : Misk. Then. Un-t. - 2009. - 166 p.
- Hontova N.V. Doslidzhennya tsyklichnosti protsesu adaptatsiyi pidpryyemstva do innovatsiynoho rozvytku [Research of cyclicity of process of adaptation of the enterprise to innovative development]. *Ekonomichnyy visnyk Donbasu* [Economic Bulletin of Donbass], 2013. no. 2(32). pp. 179-190.
- Zemlyankin A.I., Pidorycheva I.YU. Mekhanizmy upravlinnya innovatsiyamy v Ukraini: stan i perspektivy vdoskonalennya [Innovation management mechanisms in Ukraine: status and prospects for improvement]. *Stratehichni priorytety* [Strategic Priorities], 2014. no. 2. pp. 43-48.
- Logutova T.G. *Organizatsionno-ekonomicheskyy mekhanizm gosudarstvennogo upravleniya innovatsionnym razvitiem regiona* [Organizational and economic mechanism of state management of innovative development of the region]: Monographiya. Mariupol': PGU, 2006. 224 p.
- Stupak S.M. Mekhanizm upravlinnya innovatsiynoyu diyal'nistyu pidpryyemstva [The mechanism of management of innovative activity of the enterprise]. *Naukovyy visnyk. Odes'kyi derzhavnyi ekonomichnyy universytet. Vseukrayins'ka asotsiatsiya molodykh naukovtsiv. Nauky: ekonomika, politolohiya, istoriya* [Scientific Bulletin. Odessa State Economic University. All-Ukrainian Association of Young Scientists. Sciences: economics, political science, history], 2010. no. 5(106). pp. 41-49.
- Shykova L.V., Shvets' H.O. Osoblyvosti upravlinnya innovatsiynoyu diyal'nistyu na pidpryyemstvi [Features of innovation management at the enterprise]. *Ekonomika i orhanizatsiya upravlinnya* [Economics and Management Organization], 2014. no. 3(19)-4(20). pp. 293-297.
- Fedulova L.I. *Innovatsiyna ekonomika* [Innovative economy]: Pidruchnyk. Kyiv: Lybid', 2006. 408 p.
- Buryennikov Yu.Yu. Formuvannya struktury mekhanizmu upravlinnya innovatsiynoyu diyal'nistyu [Formation of the structure of the innovation management mechanism]. *Visnyk Vinnyts'koho politekhnichnogo instytutu* [Bulletin of Vinnytsia Polytechnic Institute], 2007. no. 3. pp. 42-45.
- Livoshko T.V., Dvornichenko D.S. Innovatsiyni ta innovatsiyna polityka pidpryyemstva: pryncypy formuvannya ta mekhanizmy realizatsiyi [Innovations and innovation policy of the enterprise: principles of formation and implementation mechanisms]. *Ekonomichnyy visnyk Zaporiz'koyi derzhavnoyi inzhenernoyi akademiyi* [Economic Bulletin of the Zaporozhye State Engineering Academy], 2014. no. 6. pp. 116-124.
- Maslak O.I., Bezruchko O.O. Upravlinnya ekonomichnim potencialom na riznykh stadiyah joho zhitt'yevogo ciklu [Management of economic potential at different stages of its life cycle]. *Marketing i menedzhment innovacij* [Marketing and innovation management]. 2014. no 1. pp. 201-212.

References (transliterated)

- Pysarenko B.A., Protsenko N.B. Innovatsiynne zabezpechennya stiykoho funktsionuvannya promyslovyykh pidpryyemstv [Innovative provision of sustainable operation of industrial enterprises]. *Visnyk ekonomichnoyi nauky Ukrainy* [Bulletin of Economic Science of Ukraine], 2011. no 2(20). pp. 143-154.
- Halytsya I., Shevchenko M., Halytsya M. Mekhanizmy vdoskonalennya upravlinnya innovatsiynoyu diyal'nistyu v umovakh ekonomichnoyi nestabil'nosti [Mechanisms for improving the management of

Надійшло(received) 23.11.2020

Відомості про авторів /Сведения об авторах / About the Authors

Маслак Ольга Іванівна (Маслак Ольга Ивановна, Maslak Olga) – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри економіки Кременчуцького національного університету імені Михайла Остроградського (39600, м. Кременчук, вул. Першотравнева, 20), ORCID:0000-0001-6793-4367; e-mail: oimaslak2017@gmail.com. Контактний телефон автора: 067- 532-11-94

Гришко Наталія Євгенівна (Гришко Наталія Евгеньевна, Grishko Natalya Yevheniyivna) – кандидат економічних наук, доцент, Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського, доцент кафедри економіки; м. Кременчук, Україна; ORCID: ORCID:0000-0003-1644-3861; e-mail: 2nata.grishko@gmail.com. Контактний телефон автора: 050-596-57-88

Глазунова Ольга Олександрівна (Глазунова Ольга Александровна, Hlazunova Olga Oleksandrivna) - кандидат економічних наук, Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського, старший викладач кафедри економіки; м. Кременчук, Україна; ORCID:0000-0002-1949-0754; e-mail: bezruchko.o.a@gmail.com. Контактний телефон автора: 097-517-53-45

Гришко Богдан Володимирович (Гришко Богдан Владимирович, Hryshko Bohdan Volodymyrovych) – студент 2 курсу, Кременчуцького льотного коледжу ХНУВС, м. Кременчук, Україна, ORCID:0000-0002-8790-3637, e-mail: bgrishko7412@gmail.com

М. М. ШЕВЧЕНКО, Т.Ю. НАЗАРОВА, Ю.А. ДОНСЬКА
ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ У СКЛАДІ МІЖНАРОДНОГО СТРАТЕГІЧНОГО АЛЬЯНСУ

У статті проаналізовано економічну сутність, класифікацію, особливості утворення та функціонування міжнародних стратегічних альянсів. Виявлено необхідність постійного моніторингу розвитку тенденцій глобалізації, змін у турбулентному зовнішньому середовищі та особливостей розвитку новітніх форм міжнародного бізнесу. Визначено роль новітніх форм міжнародного бізнесу у забезпеченні конкурентоспроможності підприємства та ефективності його господарської діяльності на внутрішньому та закордонних ринках. Проаналізовано теоретичні підходи до трактування поняття "міжнародний стратегічний альянс", виявлено їх обмеження і дискусійні положення та запропоновано уточнену дефініцію цього поняття. Розглянуто методичний підхід до визначення привабливості галузі для утворення стратегічного альянсу між українськими та закордонними підприємствами. Доведено, що найбільш привабливими підприємствами з метою утворення стратегічних альянсів є ті, що належать до фармацевтичної промисловості, сектору фінансових послуг, авіабудування, IT-галузі, будівництва. Визначено мотиви та перспективи утворення міжнародних стратегічних альянсів для українських та закордонних підприємств. Розглянуто управлінські рішення, що сприятимуть ефективній діяльності українських підприємств у складі міжнародних стратегічних альянсів. Доказано, що реалізація ефективного стратегії управління підприємством у складі альянсу сприятиме зміцненню його конкурентних позицій за рахунок виникнення синергії, об'єднання матеріальних та нематеріальних активів підприємств. Зроблено висновок, що в умовах розгортання процесів глобалізації участь українських підприємств у стратегічних альянсах є перспективним стратегічним вибором з точки зору зміцнення конкурентних позицій на світовому ринку і ефективного функціонування на ринку України.

Ключові слова: управління підприємством; міжнародний бізнес; міжнародний стратегічний альянс; конкурентоспроможність.

М.Н. ШЕВЧЕНКО, Т.Ю. НАЗАРОВА, Ю.А. ДОНСКАЯ
ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ В СОСТАВЕ МЕЖДУНАРОДНОГО СТРАТЕГИЧЕСКОГО АЛИАНСА

В статье проанализированы экономическая сущность, классификация, особенности создания и функционирования международных стратегических альянсов. Выявлена необходимость постоянного мониторинга развития тенденций глобализации, изменений в турбулентной внешней среде и особенностей развития новых форм международного бизнеса. Определена роль новых форм международного бизнеса в обеспечении конкурентоспособности предприятия и эффективности его хозяйственной деятельности на внутреннем и зарубежных рынках. Проанализированы теоретические подходы к трактовке понятия "международный стратегический альянс", выявлены их ограничения и дискуссионные положения, предложено уточненное определение этого понятия. Рассмотрен методический подход к определению привлекательности отрасли для образования стратегического альянса между украинскими и зарубежными предприятиями. Доказано, что наиболее привлекательными предприятиями с точки зрения создания стратегических альянсов является те, которые функционируют в фармацевтической промышленности, секторе финансовых услуг, авиастроении, IT-отрасли, строительстве. Определены мотивы и перспективы образования международных стратегических альянсов для украинских и зарубежных предприятий. Рассмотрены управленческие решения, способствующие эффективной деятельности украинских предприятий в составе международных стратегических альянсов. Доказано, что реализация эффективной стратегии управления предприятием в составе альянса будет способствовать укреплению его конкурентных позиций за счет возникновения синергии, объединения материальных и нематериальных активов предприятий. Сделан вывод, что в условиях развертывания процессов глобализации участие украинских предприятий в стратегических альянсах является перспективным стратегическим выбором с точки зрения укрепления конкурентных позиций на мировом рынке и эффективного функционирования на рынке Украины.

Ключевые слова: управление предприятием; международный бизнес; международный стратегический альянс; конкурентоспособность.

M. SHEVCHENKO, T. NAZAROVA, Y. DONSKAYA
SPECIFIC FEATURES OF ENTERPRISE MANAGEMENT IN THE INTERNATIONAL STRATEGIC ALLIANCE

The article analyzes the economic essence, classification, features of the creation and functioning of international strategic alliances. The need for constant monitoring of the development of globalization trends, changes in a turbulent external environment and the development of new forms of international business is identified. The role of new forms of international business in ensuring the competitiveness of an enterprise and the efficiency of its economic activity in the domestic and foreign markets has been determined. The theoretical approaches to the interpretation of the concept of "international strategic alliance" are analyzed, their limitations and controversial provisions are revealed, and a refined definition of this concept is proposed. A methodological approach to determining the attractiveness of the industry for the formation of a strategic alliance between Ukrainian and foreign enterprises is considered. It has been proven that the most attractive enterprises in terms of creating strategic alliances are those operating in the pharmaceutical industry, financial services sector, aircraft construction, IT industry, and construction. The motives and prospects for the formation of international strategic alliances for Ukrainian and foreign enterprises are determined. The management decisions that contribute to the effective operation of Ukrainian enterprises as part of international strategic alliances are considered. It has been proven that the implementation of an effective enterprise management strategy as part of the alliance will contribute to strengthening its competitive position through the emergence of synergy, the combination of tangible and intangible assets of enterprises. It is concluded that in the context of the development of globalization processes, the participation of Ukrainian enterprises in strategic alliances is a promising strategic choice in terms of strengthening competitive positions in the world market and effective functioning in the Ukrainian market.

Key words: enterprise management; international business; international strategic alliance; competitiveness.

Вступ. В сучасних умовах глобалізації економіки культурних, правових факторів турбулентного під впливом економічних, політичних, соціо- зовнішнього середовища відбувається трансформація

© М.В. Шевченко, Т.В. Назарова, Ю.А. Донська, 2020

форм міжнародного бізнесу. Інтеграція економічних суб'єктів виходить за межі традиційних форм організації міжнародного бізнесу і сприяє виникненню та розвитку нових форм кооперації. Загострення конкуренції спонукає компанії шукати можливості підвищення конкурентоспроможності та забезпечення економічної ефективності власної діяльності через створення нових складних форм міжнародного співробітництва у складі стратегічних альянсів.

Оскільки стратегічні альянси утворюються компаніями з різних країн, необхідно враховувати особливості зовнішнього середовища цих країн, їх управлінський досвід, а також цілі, що переслідуються партнерами. Тому питання управління підприємствами в складі стратегічних альянсів набувають особливого значення.

Аналіз стану питання. Співробітництво компаній в рамках стратегічних альянсів дає їм можливість поєднати взаємодоповнюючі активи, можливості, переваги для забезпечення конкурентоспроможності та розвитку підприємств. Наприклад, українські підприємства потребують фінансових ресурсів для комерціалізації наукових розробок і успішного здійснення НДКР.

Разом з тим дослідження діяльності стратегічних альянсів свідчать про велику кількість невдач у такій формі кооперації, оскільки підприємства не досягають поставлених цілей, не узгоджують власні дії і стратегію спільної підприємницької діяльності. Незважаючи на існуючі наукові доробки, потребують подальшого дослідження питання функціонування стратегічного альянсу та ефективного управління підприємством у його складі.

Мета роботи. Метою статті є наукове обґрунтування теоретико-методичних підходів до функціонування стратегічних альянсів та особливостей управління підприємствами в їх складі.

Аналіз основних досягнень і літератури. Проблематику створення та функціонування стратегічних альянсів у своїх працях вивчали такі вітчизняні та закордонні вчені: К. Бартлетт, Р. Блейк, К. Вітасек, К. Гон, О.Є. Данилишин, Е.Л. Драчева, Д. Енгвін, Г.В. Козаченко, К. Ліндзі, І.А. Підгурська, Е.В. Прушківська, І.П. Рибачок, О.В. Чернова, Р. Уотерман, Л.Є. Шульженко, та інші. Ці вчені зробили вагомий внесок у розуміння сутності та видів стратегічних альянсів, мотивів їх утворення, але досі залишається низка недостатньо розкритих та дискусійних питань щодо управління підприємством у складі стратегічного альянсу.

Викладення основного матеріалу дослідження. Процес глобалізації є тією рушійною силою, що змінює структуру світової економіки, призводить до загострення міжнародної конкуренції, прискорює бізнес-процеси та сприяє пошуку ефективних форм міжфірмової кооперації. Вітчизняним підприємствам стає все складніше відповідати викликам глобалізації, утримувати ринки збуту та високий рівень конкурентоспроможності, тому участь у стратегічних альянсах є однією з можливостей досягати власних цілей в сучасних турбулентних умовах.

О.Горда у своїй науковій праці влучно зазначає, що "нові організаційні форми міжнародного бізнесу фокусуються не на самій компанії, а на її мережі партнерів" [1]. До таких сучасних форм міжнародного бізнесу відноситься міжнародний стратегічний альянс. Поняття "стратегічний альянс" досить поширене у науковій літературі, але не існує єдиного підходу до його трактування.

Одна із найбільш відомих дефініцій стратегічних альянсів підприємств запропонована Б. Гарретом та П. Дюссожем, відповідно до якої стратегічний альянс являє собою «об'єднання задля досягнення спільних інтересів двох або більше незалежних підприємств, що мають на меті створити специфічне виробництво або мають прагнення завершити проект, застосовуючи певні ресурси одне одного, замість того, щоб перемогти конкурентів, запустити виробництво самостійно, не розділяючи ні з ким більше ризиків, створити умови для злиття або приєднання компаній» [2].

Тобто йдеться про об'єднання підприємств-конкурентів для досягнення спільної мети за рахунок об'єднання потрібних ресурсів.

У наукових працях Г.В. Козаченко та Л.Є. Шульженко стратегічний альянс розглядається як «система партнерських гетерархічних відносин, що поєднані різноманітним організаційно-правовим забезпеченням суб'єктів господарювання, які мають можливість самостійно та автономно здійснювати свою діяльність як на майнових, так і на немайнових засадах, основною метою яких є ефективне використання ресурсів для досягнення спільних інтересів, єдиних цілей, контролю, розподілу ризиків між учасниками альянсу» [3]. Важливим акцентом у цьому визначенні є саме ефективне використання ресурсів, але слід доповнити, що задля ефективного функціонування ці ресурси мають бути взаємодоповнюючими. Також викликає сумнів необхідність досягнення підприємствами єдиних цілей, оскільки на практиці цілі у партнерів різняться, але це не заважає ефективному функціонуванню альянсу.

Є.Л. Драчова та А.М. Лібман відносять альянси до нефінансових мегакорпорацій, акцентуючи увагу на тому, що відносини між підприємствами регулюються не акціонерним контролем, а спеціальними угодами [4].

А.А. Пилипенко трактує стратегічні альянси як «гнучку форму квазіінтерналізації, в межах якої можна нівелювати вплив термінів завершення інтеграційних процесів на користь внесення визначених внесків кожної зі сторін у майбутній розвиток положення усередині альянсу» [5]. З цього визначення незрозуміло яким чином можна нівелювати вплив термінів завершення інтеграційних процесів в рамках функціонування стратегічних альянсів.

У своїй праці Д. Енгвін зі співавтором розрізняють стратегічні альянси як об'єднання компаній, що не є конкурентами в рамках розвитку спільного підприємництва, та компаній-конкурентів [6].

Слід зазначити, що інтеграція компаній в рамках стратегічного альянсу шляхом горизонтальної інтеграції призводить до об'єднання конкурентів і може активізувати процеси злиття та поглинань. Вертикальна інтеграція по суті призводить до об'єднання компаній, що знаходяться на послідовних етапах технологічного процесу. Також можлива конгломератна інтеграція компаній, що функціонують у різних галузях, і основним мотивом такої інтеграції є інвестиційний.

Дослідження наукових доробків щодо визначення сутності стратегічних альянсів уможливило уточнення дефініції стратегічного альянсу.

Стратегічний альянс - це довгострокова форма міжнародного бізнесу на основі міжфірмових партнерських угод самостійних підприємств, спрямована на досягнення інтересів та спільної мети партнерів за умов об'єднання взаємодоповнюючих ресурсів та можливостей в умовах глобалізації.

В науковій літературі також існує велика кількість підходів до класифікації видів міжнародних стратегічних альянсів. Найбільш узагальнену класифікацію на основі роботи У.С. Батлера наведено в праці Морозової І.В. та Чернової О.В. (таблиця 1) [7].

Дискусійним є питання щодо виділення короткострокових стратегічних альянсів, оскільки термін "стратегічний альянс" вже передбачає довгостроковий характер міжнародної співпраці.

Розглядаючи успішну світову практику утворення стратегічних альянсів, можна навести такі приклади: корпорації Intel і Samsung – розроблення пристроїв оперативної пам'яті; Toshiba і Thomson – відеомагнітофони та DVD-плеєри; Coca-Cola і Nestle – у сфері просування холодного чаю Nestea, розробником якого є Nestle, однак реалізація товару відбувається через роздрібну мережу Coca-Cola.

Таблиця 1 - Класифікація міжнародних стратегічних альянсів

№	Класифікаційна ознака	Вид альянсу
1	Залежно від функцій	Збутові Інвестиційні Виробничі Торговельні Інші
2	Залежно від терміну дії	Довгострокові Середньострокові Короткострокові
3	Залежно від галузі діяльності	Страхові Банківські Авіап перевезення Фармацевтика Інші
4	Залежно від кількості учасників	Багатосторонні Двосторонні
5	Залежно від характеру конкурентної поведінки партнерів	Між конкурентами Між неконкурентами

Зацікавленість українських підприємств участю у стратегічних альянсах обумовлена відсутністю

інвестиційних ресурсів для комерціалізації власних наукових розробок, необхідністю виходу на закордонні ринки збуту, розвитку виробничої та науково-дослідної діяльності, ознайомлення та використання сучасних підходів до управління підприємством.

Для іноземних компаній мотивами участі у стратегічних альянсах є привабливість українського ринку, насиченість національних ринків збуту, доступ до дешевих джерел сировини та кваліфікованої робочої сили, наявність перспективних наукових розробок. Тому можна дійти висновку, що існують значні перспективи утворення та функціонування стратегічних альянсів за участю українських підприємств. Разом з тим політична, правова та економічна нестабільність, невідповідність практик ведення бізнесу перешкоджають розвитку цієї форми міжнародного бізнесу.

В роботі Підгурської І.А. [8] проведено дослідження існуючих стратегічних альянсів підприємств в Україні за галузями економіки. Відповідно до його результатів, найбільш поширеною формою стратегічних альянсів є спільні підприємства, особливо у сфері торгівлі, ремонту автомобілів та предметів особистого вжитку (у кількості 1166), переробної промисловості (898), будівництві (364) та інших галузях. Найбільша питома вага консорціумів як форми стратегічного альянсу припадає на операції з нерухомим майном, оренду, інжиніринг (35,3%).

В роботі [8] також запропоновано методичний підхід до визначення привабливості галузі для утворення стратегічного альянсу між українськими та закордонними підприємствами. Індекс привабливості галузі для утворення альянсу пропонується визначати за наступною формулою:

$$I_a = N'a / N_a, \quad (1)$$

де I_a - індекс привабливості галузі для утворення альянсу (%);

N_a - кількість альянсів у галузі країни (в середньому у світі);

N_a - загальна кількість альянсів у країні (в середньому у світі).

Слід зазначити, що розрахунок запропонованого індексу привабливості галузі для утворення стратегічного альянсу відображає лише поточну ситуацію, що склалася у країні і не враховує тенденції розвитку високотехнологічних підприємств, наприклад ІТ-сфери.

Якщо звернути увагу на статистику функціонування стратегічних альянсів у світі, то найбільша їх кількість утворена у фармацевтичній промисловості, автомобілебудуванні, сфері фінансових послуг, будівництві.

Управління підприємствами в складі міжнародного стратегічного альянсу ускладнюється різницею у справжніх цілях і намірах партнерів, прагненні диверсифікувати ризики та отримувати більшу частку прибутку, невідповідністю практик ведення бізнесу. Проте управлінські рішення слід зосередити на наступному:

- ретельному виборі партнерів та коректному веденні переговорів;
 - посиленні власних конкурентних позицій на внутрішньому та закордонних ринках;
 - детальному плануванні і моніторингу результатів діяльності альянсу;
 - отриманні нових знань, інновацій та сучасних практик ведення бізнесу;
 - отриманні інформації щодо кон'юнктури цільових закордонних ринків збуту від партнера;
 - збільшенні обсягів продажів та налагодженні збутових мереж на закордонних ринках;
 - розширенні джерел фінансування та диверсифікації ризиків.

Слід зазначити, що знання, управлінський досвід, сучасні технології управління, наукові розробки розглядаються сучасними міжнародними компаніями як джерело конкурентних переваг, оскільки суттєво впливають на виробничу, фінансову, маркетингову та організаційну діяльність підприємства.

Наведені вище рекомендації дадуть змогу українським підприємствам зміцнювати свої конкурентні позиції, працювати більш ефективно та отримувати значні переваги порівняно з компаніями, що ведуть господарську діяльність самостійно.

Висновки. Проведене дослідження показало, що в умовах розгортання процесів глобалізації участь українських підприємств у стратегічних альянсах є перспективним стратегічним вибором з точки зору зміцнення конкурентних позицій на світовому ринку і ефективного функціонування на ринку України. Управлінські рішення підприємства в складі стратегічного альянсу мають спрямовуватися на можливості отримання інвестицій, знань, інформації щодо кон'юнктури закордонних ринків збуту та сучасних практик ведення бізнесу.

Список літератури

1. Горда О. С. Трансформация форм организации международного бизнеса / О. С. Горда, А. С. Горда. // *Экономика и бизнес: теория и практика*. 2017. № 11. с. 52–56.
2. Гаррет Б., Дюссож П. *Стратегические альянсы* (пер. с англ.) М.: ИНФРА –М, 2002. 332 с.
3. Козаченко Г.В., Шульженко Л.Є. *Стратегічні альянси: дуальний характер* [Електронний ресурс] URL: http://tppe.econom.univ.kiev.ua/data/2012_27_1/Zb27_1_07.pdf
4. Драчева Е.Л., Либман А.М. Проблемы определения и классификации интегрированных корпоративных структур // *Менеджмент в России и за рубежом*. 2001. № 4. с.12–21.
5. Пилипенко А.А. *Стратегічна інтеграція підприємств: механізм управління та моделювання розвитку*. Х. : ВД «ІНЖЕК», 2008.
6. Duncan Angwin, Tanya Sammut- Bonicci *Strategic Alliances* [Електронний ресурс] URL: https://www.researchgate.net/publication/272352929_Strategic_Alliances.
7. Морозова І.В., Чернова О.В. Стратегічні альянси як феномен глобальної економіки // *Приазовський економічний вісник*. Випуск 1(18). 2020. с.14-19.
8. Підгурська І.А. Стратегічні орієнтири формування міжнародних альянсів українських підприємств // *Науковий вісник ужгородського університету. Серія Економіка*. Випуск 2(34). 2011. с.197-202.

References (transliterated)

1. Gorda O. S. Transformaciya form organizacii mezhdunarodnogo biznesa [Transformation of forms of organization of international business] / O. S. Gorda, A. S. Gorda. // *Ekonika i biznes: teoriya i praktika* [Economics and business: theory and practice]. 2017. no 11. pp. 52–56.
2. Garret B., Dyussozh P. *Strategicheskie alyansy* [Strategic alliances] (per. s angl.) Moscow: INFRA –M, 2002. 332 p.
3. Kozachenko G.V., Shulzhenko L.Ye. *Strategichni alyansi: dualnij charakter* [Strategic alliances: dual nature] [Elektronnij resurs] URL: http://tppe.econom.univ.kiev.ua/data/2012_27_1/Zb27_1_07.pdf
4. Dracheva E.L., Libman A.M. Problemy opredeleniya i klassifikacii integrirovannyh korporativnyh struktur [Problems of definition and classification of integrated corporate structures] // *Menedzhment v Rossii i za rubezhom* [Management in Russia and abroad]. 2001. no 4. pp.12–21.
5. Pilipenko A.A. *Strategichna integraciya pidpriyemstv: mehanizm upravlinnya ta modelyuvannya rozvitku* [Strategic integration of enterprises: management mechanism and development modeling]. Kharkiv: VD «ІNZhEK», 2008.
6. Duncan Angwin, Tanya Sammut- Bonicci *Strategic Alliances* [Elektronnij resurs] URL: https://www.researchgate.net/publication/272352929_Strategic_Alliances.
7. Morozova I.V., Chernova O.V. Strategichni alyansi yak fenomen globalnoyi ekonomiki [Strategic alliances as a phenomenon of the global economy] // *Priazovskij ekonomichnij visnik* [Priazovsky Economic Bulletin]. issue 1(18). 2020. pp.14-19.
8. Pidgurska I.A. Strategichni oriyentiri formuvannya mizhnarodnih alyansiv ukraïnskikh pidpriyemstv [Strategic guidelines for the formation of international alliances of Ukrainian enterprises] // *Naukoviy visnik uzhgorodskogo universitetu. Seriya Ekonomika* [Scientific Bulletin of Uzhhorod University. Economics series]. Issue 2(34). 2011. pp.197-202.

Надійшла (received) 23.11.2020

Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors

Шевченко Марина Миколаївна (Шевченко Марина Николаевна, Maryna Shevchenko) - кандидат економічних наук, доцент, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», доцент кафедри міжнародного бізнесу та фінансів, м Харків, Україна; ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2165-9907>; e-mail: maryna.shevchenko@i.ua

Назарова Тетяна Юрійвна (Назарова Татьяна Юрьевна, Nazarova Tetjana Jurii'vna) – кандидат економічних наук, доцент, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», доцент кафедри міжнародного бізнесу та фінансів; м. Харків, Україна; ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5734-876X>; e-mail: taniya2017@ukr.net

Донська Юлія Анатоліївна (Донская Юлия Анатольевна, Donskaya Yulia Anatolii'vna) – Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», студент; м. Харків, Україна; ORCID: 0000-0002-5385-0442; e-mail: donska_ya@ukr.net

О.П.КОСЕНКО, П.Г.ПЕРЕРВА, І.В.ДОЛИНА, В.О.МАТРОСОВА, В.М.КОБЕЛЄВ

МЕТОДОЛОГІЯ ЦІНОУТВОРЕННЯ ТА ЕКОНОМІЧНОЇ ОЦІНКИ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО ПОТЕНЦІАЛУ В МІЖНАРОДНОМУ ПІДПРИЄМНИЦТВІ

В статті доведено, що в сучасній період термін «технологія» широко використовується у вітчизняній і зарубіжній практиці, проте різні фахівці і авторикладають в його поняття різне значення. Найчастіше під терміном «технологія» мають на увазі систематизовані знання, необхідні для виробництва продукції, здійснення технологічного процесу і т.п. Технологія стала взаємопов'язаною ланкою між наукою, технікою і виробництвом, вона є по суті процесом застосування накопичених досвіду і знань для ефективного здійснення з'єднання науки з виробництвом, а також складових виробництва на міжнародному ринку, без знання основ міжнародної діяльності ефективність підприємства на світовому ринку на рівні останніх досягнень світової науки і техніки стає неможливою. При цьому надзвичайно важливе значення має методологія вартісної оцінки інновацій та інтелектуального потенціалу.

Авторами визначено, що важливою ознакою інноваційно-інтелектуальних технологій в міжнародній діяльності є робочий процес, який домінує у всій технологічній системі і повинен відповідати найрізноманітнішим вимогам, але, головне, бути потенційно здатним забезпечити досягнення нового рівня функціональних властивостей виробу. У цьому плані великі інноваційні та інтелектуальні можливості мають ті стійкі і надійні робочі процеси, в яких ефективно використовуються фізичні, хімічні, електричні і інші явища в поєднанні із спеціальними властивостями інструменту, технологічного середовища, наприклад, криогенне різання, дифузійне формоутворення виробів з алмазів і т.п., що робить вартісну оцінку цих технологій надзвичайно складним процесом. Особливу важливість ця теза має в міжнародній діяльності. Детальний аналіз розвитку світової економіки в перебігу останніх десятиліть переконливо доводить важливість і актуальність технологічних інновацій для ефективно працюючої економіки. Обґрунтовано, що більш півстоліття назад вчені дійшли висновку про те, що технологічні інновації є основою економічного зростання. З часом ця теза знаходила все більш переконливіше підтвердження і обґрунтування і вже в останніх дослідженнях відмінностей міжнародних доходів показали, що в основі цих відмінностей лежать технології, які використовуються в різних країнах. Ці тенденції повинні обов'язково враховуватися сучасними українськими промисловими підприємствами при проведенні міжнародного бізнесу і активної розробки міжнародних інноваційних проєктів.

Ключові слова: технологія; інновація; інтелектуальний потенціал; міжнародна діяльність; технологічний процес; вартісна оцінка

О.П.КОСЕНКО, П.Г.ПЕРЕРВА, И.В.ДОЛИНА, В.А.МАТРОСОВА, В.Н.КОБЕЛЕВ

МЕТОДОЛОГИЯ ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ И ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ОЦЕНКИ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО ПОТЕНЦИАЛА В МЕЖДУНАРОДНОМ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

В статье доказано, что в современной период термин «технология» широко используется в отечественной и зарубежной практике, однако разные специалисты и авторы вкладывают в его понятие разное значение. Чаще всего под термином «технология» подразумевают систематизированные знания, необходимые для производства продукции, осуществления технологического процесса и т.п. Технология стала взаимосвязанной звеном между наукой, техникой и производством, она по сути процессом применения накопленного опыта и знаний для эффективного осуществления соединения науки с производством, а также составляющих производства на международном рынке, без знания основ международной деятельности эффективность предприятия на мировом рынке на уровне последних достижений мировой науки и техники становится невозможной. При этом чрезвычайно важное значение имеет методология стоимостной оценки инноваций и интеллектуального потенциала.

Авторами установлено, что важным признаком инновационно-интеллектуальных технологий в международной деятельности является рабочий процесс, который доминирует во всей технологической системе и должен отвечать самым разнообразным требованиям, но, главное, быть потенциально способным обеспечить достижение нового уровня функциональных свойств изделия. В этом плане большие инновационные и интеллектуальные возможности имеют те устойчивые и надежные рабочие процессы, в которых эффективно используются физические, химические, электрические и другие явления в сочетании со специальными свойствами инструмента, технологической среды, например, криогенное резки, диффузное формообразования изделий из алмазов и т.п., что делает стоимостную оценку этих технологий чрезвычайно сложным процессом. Особую важность этот тезис имеет в международной деятельности. Детальный анализ развития мировой экономики в течении последних десятилетий убедительно доказывает важность и актуальность технологических инноваций для эффективно работающей экономики. Обосновано, что более полувека назад ученые пришли к выводу о том, что технологические инновации являются основой экономического роста. Со временем этот тезис находила все более убедительное подтверждение и обоснования и уже в последних исследованиях различий международных доходов показали, что в основе этих различий лежат технологии, используемые в разных странах. Эти тенденции должны обязательно учитываться современными украинскими промышленными предприятиями при проведении международного бизнеса и активной разработки международных инновационных проєктов.

Ключевые слова: технология; инновация; интеллектуальный потенциал; международная деятельность; технологический процесс; стоимостная оценка

O.P.KOSENKO, P.G.PERERVA, I.V.DOLYNA, V.O.MATROSOVA, V.M.KOBELEV

METHODOLOGY OF PRICING AND ECONOMIC EVALUATION OF INTELLECTUAL POTENTIAL IN INTERNATIONAL ENTREPRENEURSHIP

The article proves that in modern times the term "technology" is widely used in domestic and foreign practice, but different experts and authors attach different meanings to its concept. Most often, the term "technology" refers to the systematic knowledge necessary for production, implementation of the technological process, etc. Technology has become an interconnected link between science, technology and production, it is essentially a process of applying experience and knowledge to effectively combine science with production, as well as components of production in the international market, without knowledge of the basics of international business efficiency in the world market at the level of the latest advances in world science and technology becomes impossible. At the same time, the methodology of valuation of innovations and intellectual potential is extremely important. The authors determined that an important feature of innovative intellectual technologies in international activities is the workflow, which dominates

the entire technological system and must meet a variety of requirements, but, most importantly, be potentially able to achieve a new level of functional properties. In this regard, great innovative and intellectual capabilities have those stable and reliable work processes that effectively use physical, chemical, electrical and other phenomena in combination with special properties of the tool, technological environment, such as cryogenic cutting, diffusion molding of diamond products, etc.p., which makes the valuation of these technologies an extremely complex process. This thesis is especially important in international activities. A detailed analysis of the development of the world economy in recent decades convincingly proves the importance and relevance of technological innovations for an efficient economy. It is substantiated that more than half a century ago, scientists came to the conclusion that technological innovation is the basis of economic growth. Over time, this thesis has found more and more convincing confirmation and justification, and recent studies of differences in international income have shown that these differences are based on technologies used in different countries. These trends must be taken into account by modern Ukrainian industrial enterprises in conducting international business and active development of international innovation projects.

Keywords: technology; innovation; intellectual potential; international activity; technological process; cost estimation

Вступ. У системі світового господарства, заснованого на приватній комерційній ініціативі, значення ефективності та економічної оцінки промислових інновацій та інтелектуального потенціалу промислових підприємств безупинно зростає в міру глобалізації та інформатизації міжнародної економіки, росту взаємозалежності та взаємозумовленості господарських рішень, ускладнення процесів виробництва в міжнародній діяльності. Усвідомлення законів, спрямованості розвитку економічної системи та шляхів удосконалювання системи міжнародного господарювання стає необхідним для прийняття управлінських рішень на кожному рівні. Це припускає глибоке розуміння сутності ефективності інновацій та інтелектуального потенціалу, їх функцій в міжнародних економічних системах, взаємозалежних змін, що відбуваються в матеріальній і соціальній сферах світової економіки.

Сучасний етап розвитку нашої країни можна охарактеризувати як інноваційно-орієнтований. У наукових публікаціях дуже часто рядом вживаються терміни «інновація», «промислова інновація», «технологія», «інноваційна активність», «інноваційна діяльність», «інноваційний потенціал», «інтелектуальний потенціал» і ін. Створюється враження, що або будь-яка дія в ході економічної діяльності носить яскраво виражений інтелектуально-інноваційний аспект, або автори цих робіт просто використовують інноваційну термінологію як красивий термін. В зв'язку з цим існує об'єктивна потреба в проведенні теоретичного дослідження та вартісного оцінювання деяких часто використовуваних в різних контекстах термінів для дослідження їх значення в міжнародній діяльності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Як показав проведений нами аналіз, найбільш дослідженим в даний час є теоретико-методологічна суть терміну «промислова інновація» та «інтелектуальний потенціал, роль і значення яких, на наш погляд, в даний час постійно підвищується. Для об'єктивного дослідження походження цих дефініцій в міжнародній діяльності звернемося до історичних реалій. Не дивлячись на багаточисельні проектні розробки у сфері сучасних технологій, найменш дослідженими донині залишаються питання їх економічної природи, особливо, механізмів формування ціни на сучасну технологію як об'єкт інтелектуальної власності і важливий елемент національного багатства країни; специфіки процесу комерціалізації технологій; системності прояву і взаємозв'язку з іншими економічними об'єктами і так

далі. Але для того, щоб сформувати відповідний методичний інструментарій в цій сфері економіки, необхідно розкрити суть і усвідомити сучасний категоріальний апарат як методологічну складову сучасної концепції технології та технологічного розвитку [10, с.3].

Питанням сутності технології займалися такі вчені як Л.С.Марчук [1, 6], Л.В.Кравчук [4], А.В.Косенко [11], О.А.Старостіна [12], Н.П.Ткачова [13], М.М.Ткачова [11] тощо. Зарубіжні дослідження цієї категорії представлено працями [15, 17].

Слід відмітити, що поняття технології, технологічного укладу та економічної системи, економічного розвитку пророблено досить детально, проте окремо одне від іншого. Ще й досі відсутній аналіз інтелектуально-інноваційної технології як економічної категорії, її місця та ролі в системі економічних відносин. Вона й дотепер розуміється як категорія виробнича, хоча її розгляд в економічному розрізі на сьогодні є вкрай необхідним.

Постановка завдання. Визначити суть економічної оцінки інновацій та інтелектуального потенціалу в міжнародній діяльності як економічної категорії, її місця в системі економічних відносин, а також проаналізувати її зв'язок із базовими економічними категоріями промислового виробництва.

Методологія. Методологічну базу дослідження склали системний аналіз, порівняння, узагальнення, історичний підхід.

Результати досліджень. Термін «технологія» має безліч визначень, кожне з яких правильне. Зміст же приблизно однаковий. Однак у разі використання цього терміна в проектах технологічного аудиту при оцінці комерційного потенціалу технологій слід більш чітко визначити сутність та економічний зміст цього поняття, так як наявність різних тлумачень цього терміну може призвести до певних помилок при його практичному використанні.

У сучасній період термін «технологія» широко використовується у вітчизняній і зарубіжній практиці, проте різні фахівці і авторикладають в його поняття різне значення. Найчастіше під терміном «технологія» мають на увазі систематизовані знання, необхідні для виробництва продукції, здійснення технологічного процесу і т.д. Технологія стала взаємопов'язаною ланкою між наукою, технікою і виробництвом, вона є по суті процесом застосування накопичених досвіду і знань для ефективного здійснення з'єднання науки з виробництвом, а також складових виробництва між собою, без знання яких організація промислового

виробництва на рівні останніх досягнень світової науки і техніки стає неможливою.

Початкова посилка, пов'язана з терміном «технологія» (від греч. «*techne*» - мистецтво, майстерність, уміня [5, с.353] і ...логія) – це сукупність методів обробки, виготовлення, зміни стану, властивостей, форми сировини, матеріалу або напівфабрикату, що здійснюються в процесі виробництва продукції. Задача технології як науки – виявлення фізичних, хімічних, механічних і інших закономірностей з метою визначення і використання на практиці найефективніших і економічніших виробництв, процесів [8, с.1341]. У такому ж ключі в рамках технічного детермінізму визначає цей термін і велика Радянська енциклопедія, в якій технологія характеризується як «сукупність прийомів і способів отримання, обробки або переробки сировини, матеріалів, напівфабрикатів або виробів, здійснюваних в різних областях і промисловості»; а також як «наукову дисципліну, розробляючи і удосконалюючи такі прийоми і способи». Проте, технологія це не просто «сукупність методів». Методи підібрані не випадково і всі вони направлені на одну єдину мету - отримання конкретної продукції. З цієї точки зору точніше визначення, що відображає саму суть процесу, ми знаходимо в підручнику «Основи менеджменту», де під технологією мається на увазі «будь-який засіб перетворення початкових матеріалів, будь то люди, інформація або фізичні матеріали - для отримання бажаної продукції або послуг» [6, с.697]. Разом з тим, і це визначення недостатньо точне, оскільки під словосполучення «будь-який засіб» може підійти не тільки технологічний процес, але і засоби виробництва, наприклад, інструмент, верстати і т.п. Проте, суть поняття технології в даному визначенні виражена яскравіше.

Автори навчального посібника «Основи технологічної культури» Симоненко В.Д. і Матяш Н.В. дають ще одне визначення технології як «науки про способи виробництва в конкретних сферах і видах людської діяльності» [7]. Данакин Н.С. говорить про перетворення, які мають місце при використуванні технології: «технологія - це задане методом або сукупністю методів поєднання устаткування, інфраструктури, інструментів, технічних знань і кваліфікаційних навиків, необхідних для здійснення перетворень в матеріалах, інформації, людях» [2]. Кальней В.А. формулює найзагальніше поняття технології на системному рівні, визначаючи її як «складну систему, в основі якої лежить застосування знарядь, інструментів, апаратів, використовуючи напрацьовані людством навиків (а це говорить про те, що технологія - це частина культури), знання і уміня, а також адекватну інформацію, систему управління необхідними ресурсами (кадровими, транспортними, фізичними, енергетичними, сировинними і т.д.), і нарешті, підсистему різних соціальних, економічних, екологічних і інших наслідків, пов'язаних з упровадженням даної технології» [4]. Слід помітити, що в традиційному значенні технологія – це нематеріальний продукт і в зв'язку з цим вона

повинна відноситися до об'єктів інтелектуальної власності зі всіма витікаючими звідси наслідками. У даному контексті найзагальнішим визначенням, що відображає юридичний зміст терміну "технологія" зроблено В.В.Степановим: "Технології - результат інтелектуальної діяльності, що містить систематизовані знання, які використовуються для випуску відповідної продукції, для застосування відповідного процесу або надання відповідних послуг" [9, с.87].

Закон України «Про державне регулювання діяльності в сфері трансферу технологій» визначає термін «технологія» як сукупність виробничих способів переробки матеріалів, виготовлення якої-небудь продукції, сукупність технологічних операцій певного виробництва, порядку розміщення та застосування технологічного обладнання тощо. Крім того, це поняття відоме як визначення науки про способи впливу на сировину, матеріали чи напівфабрикати відповідними засобами виробництва, що, на наш погляд, в найбільшій мірі підходить до визначення «технологічний процес», що і є предметом цього дослідження [3].

З приведених визначень виходить, що поняття традиційної технології пов'язане більшою мірою з виробництвом матеріальних цінностей. Дійсно, в минулому столітті з розвитком крупної промисловості і машинного виробництва виникла необхідність розчленовування цього процесу на окремі елементи, операції, етапи. Ускладнення промислового виробництва зажадало усвідомлене використання наукових рекомендацій в практичних цілях, і цю місію узяла на себе технологія. З часом термін «технологія» став широко застосовуватися і в інших сферах людської діяльності, тобто придбав широке філософське тлумачення. У філософському значенні слова технологія - це процес виробництва чогось-небудь корисного на основі використання знань, а основна функція технології - упровадження теорії в практику. Таким чином, технологія в процесуальному значенні відповідає на питання, як зробити і якими засобами, причому цим питанням передують чітке визначення мети, вказуючої, що треба одержати, тобто в самому понятті технології закладається її інноваційне значення.

У кожній з сфер діяльності або галузей промисловості технологічні процеси мають різне значення, різний рівень значущості і, відповідно, різне визначення. Наприклад, в машинобудівних галузях промисловості технологічні процеси лежать в основі всього виробничого процесу, забезпечуючи необхідний рівень конкурентоспроможності кінцевої продукції. Рідко коли виникає задача формування ринку певних технологій або перед персоналом ставиться задача розробки нових технологічних процесів з метою їх подальшого продажу. Набагато частіше ставиться задача розробки нової або поліпшення існуючої технології для власних потреб. Наприклад, кожен виріб машинобудування, що поставляється на внутрішній і особливо на зовнішній ринок, повинен володіти новим рівнем властивостей і відповідати все зростаючим вимогам, що

пред'являються потенційним споживачем в умовах жорсткої конкуренції до функціональних, екологічних і естетичних властивостей. Отримання таких виробів все більше в даний час пов'язують з нетрадиційними конструкторськими і технологічними рішеннями, реалізація яких не завжди можлива на основі використання технологічних аналогів, відомих робочих процесів, усереднених довідкових даних, використання устаткування і оснащення загального призначення і т.д., тобто на основі всього того, що складає суть поняття «традиційні технології».

В зв'язку з цим все більше і більше увагу фахівців привертають нетрадиційні технологічні рішення і процеси, створенню яких передують накопичення даних у області фундаментальних і прикладних наук і завдяки цьому вони можуть певним чином забезпечити конкурентну технологічну перевагу суб'єкту ринку. Такі технології на відміну від традиційних називають «наукомісткими», «прецизійними», «високими», «нанотехнологіями» і т.п. [1]. Ці назви нових технологій пов'язані з тією або іншою ознакою технологічного процесу, який прийнятий автором як визначаючий, при цьому до уваги найчастіше береться прецизійність виробничого процесу. Вказані терміни не є вичерпними, оскільки вони не відображають всієї багатоскладовості і місткості нових технологій. У зв'язку з цим стає складним зіставлення їх характеристик. Можна зробити висновок про те, що незалежно від термінології, що використовується нами, перераховані вище види технологій об'єктивно є основними елементами єдиного самостійного напрямку в рамках загальної технології машинобудування, суть якого, на наш погляд, більш повно відображається в понятті інноваційно-інтелектуальні технології. Визначення цього поняття, на нашу думку, можна звести до наступного.

Інноваційно-інтелектуальні технології це такі технології, які поєднують в собі промислові інновації та інтелектуальний потенціал підприємства, володіють сукупністю основних ознак: наукоємність; системність; фізичне і математичне моделювання для структурно-параметричної оптимізації високоефективного робочого процесу розмірної обробки; комп'ютерне технологічне середовище і автоматизація всіх етапів розробки і реалізації; стійкість і надійність; екологічна чистота – при відповідному технічному і кадровому забезпеченні (прецизійне устаткування, оснащення і інструмент, певний характер робочого технологічного середовища, система діагностики, комп'ютерна мережа управління і спеціалізована підготовка персоналу) гарантує отримання виробів, що володіють новим рівнем функціональних, естетичних і екологічних властивостей. Саме новий рівень функціональних, естетичних і екологічних властивостей виробів, які забезпечують інноваційні технології при дотриманні економічної доцільності якраз і цікавить споживача.

Важливою ознакою інноваційно-інтелектуальних технологій в міжнародній діяльності є робочий

процес, який домінує у всій технологічній системі і повинен відповідати найрізноманітнішим вимогам, але, головне, бути потенційно здатним забезпечити досягнення нового рівня функціональних властивостей виробу. У цьому плані великі інноваційні можливості мають ті стійкі і надійні робочі процеси, в яких ефективно використовуються фізичні, хімічні, електричні і інші явища в поєднанні із спеціальними властивостями інструменту, технологічного середовища, наприклад, криогенне різання, дифузійне формоутворення виробів з алмазів і т.п., що робить вартісну оцінку цих технологій надзвичайно складним процесом [1]. Особливу важливість ця теза має в міжнародній діяльності.

Також істотною ознакою інноваційно-інтелектуальних технологій є автоматизація, що базується на комп'ютерному управлінні всіма процесами проектування, виготовлення і складки, на фізичному, геометричному і математичному моделюванні, усесторонньому аналізі моделей процесу або його складових. Наявність даної ознаки вимагає системного підходу і до її комп'ютерно-інтелектуального середовища, тобто переходу до систем автоматизованого проектування в реалізації інноваційно-інтелектуальних технологій (CAD/CAM Systeme).

Таким шляхом забезпечується поєднання гнучкості і автоматизації, прецизійності і продуктивності. Очевидно, що специфіка інноваційно-інтелектуальних технологій вимагає спеціалізації таких систем на вузькій групі виробів або ознак.

Системний підхід припускає використання не окремих математичних моделей, а системи взаємозв'язаних моделей з неодмінною параметричною і структурною оптимізацією. Наприклад, параметрична оптимізація переслідує мету мінімізації ряду характеристик процесу розмірної обробки, перш за все мінімізація товщини зрізів, сили різання і рівня температури, інтенсивності окислювальних і дифузійних процесів і т.д.

Важливу роль виконує технологічне і кадрове забезпечення інноваційно-інтелектуальних технологій, в рамках якого як основні умови реалізації виступають прецизійність устаткування, інструменту, оснащення, системи діагностики і контролю. Особливе місце займає спеціально підготовлений персонал.

Дослідження показують, що стосовно машинобудівних галузей раціональна організація інноваційно-інтелектуальних процесів у області технологічного забезпечення повинна задовольняти наступній нерівності:

$$dPI/dt > dO/dt > dTT/dt > dOO/dt ,$$

$$\text{де } dPI/dt, dO/dt, dTT/dt, dOO/dt -$$

швидкість створення, відповідно, робочих процесів, нового устаткування, систем технічного забезпечення і нових організаційних форм.

Інноваційно-інтелектуальну технологію слід розглядати по декількох рівнях:

науковий - для забезпечення досліджень найраціональнішого, ефективнішого, оптимального шляху досягнення поставлених цілей і задач;

методологічний - вчення про технологію як про метод, сукупність методів для використання їх в різних технологіях;

процесуальний - що відображає технологію як спеціальний процес для певного виду діяльності з певною поставленою метою.

За нашим уявленням, під технологією треба розуміти сукупність і послідовність методів і процесів перетворення початкових матеріалів, що дозволяють одержати продукцію із заданими параметрами. Ключовою ланкою будь-якої технології є детальне визначення кінцевого результату і контроль точності його досягнення.

Власне, просто процес (у промисловості або в соціальній сфері) тільки тоді одержує статус технології, коли він наперед був спрогнозований, визначені кінцеві властивості продукту і засобу для його отримання, цілеспрямовано сформовані умови для проведення цього процесу і він вже початий.

Дослідження напрацювань вчених-теоретиків, які присвятили свої праці дослідженню суті поняття «технологія» та найбільш широко і детально вивчили цей феномен, дозволяє зробити наступний висновок: інноваційно-інтелектуальна технологія - це та частина культури, яка пов'язана з соціально-економічною стороною людської життєдіяльності, перетвореннями або рухом матеріалів, інформації і людей, внаслідок чого досягається поставлена мета і утворюється щось нове на новому якісному рівні. Дане визначення, на наш погляд, найточніше визначає на сутнісному рівні поняття інноваційно-інтелектуальних технологій, закладаючи в нього вже на цьому рівні певну інноваційність, новизну і раціональність в досягненні поставленої мети.

Висновки. Аналіз розвитку світової економіки в перебігу останніх десятиліть переконливо доводить важливість і актуальність технологічних інновацій для ефективно працюючої економіки. Ще більш півстоліття назад вчені дійшли висновку про те, що технологічні інновації є основою економічного зростання [12, с. 5-23]. З часом ця теза знаходила все більш переконливіше підтвердження і обґрунтування і вже в останніх дослідженнях відмінностей міжнародних доходів показали, що в основі цих відмінностей лежать технології, які використовуються в різних країнах [13, 14].

Ці тенденції повинні обов'язково враховуватися сучасними українськими компаніями і державою при розробці і впровадженні інноваційно-інтелектуальних технологій на ринок.

Список літератури

1. Марчук Л.С. Методики розрахунку інтелектуального потенціалу підприємства // *Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут"* (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 20 (1296). – С. 95-101.
2. Кобелева Т.О. Організаційна структура комплаєнс на промисловому підприємстві // *Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут"* (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 47 (1323). – С. 121-127.

3. Перерва П.Г., Глізнуца М.Ю. Бенчмаркінг як метод оцінювання інтелектуального потенціалу регіонів // *Маркетинг і менеджмент інновацій*. - 2015. - № 4. - С. 11-19.
4. Перерва П.Г., Кравчук А.В. Ефективність як економічна категорія // *Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут"* (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 15 (1291). – С. 137-143.
5. Перерва П.Г. Економіко-організаційні засади інноваційної та інвестиційної діяльності підприємства // *Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут"* (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2017. – № 45 (1266). – С.51-55.
6. Перерва П.Г., Марчук Л.С. Інтелектуальний потенціал як економічна категорія // *Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут"* (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 15 (1291). – С. 53-63.
7. Перерва П.Г. Інформаційна діяльність підприємства: управлінська, цінова та маркетингова складові // *Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут"* (економічні науки) : зб. наук. пр. – Х.: НТУ „ХПІ”. - 2018. - № 37(1313).- С. 27-32 .
8. Перерва П.Г., Косенко А.В., Кобелева Т.О., Маслак М.В. Системний підхід до дослідження цінових, маркетингових, інвестиційних та інноваційних характеристик трансферу технологій промислової продукції // *Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут"* (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 19 (1295). – С. 121-126.
9. Перерва П.Г., Кобелева Т.О. Управління маркетингом інноваційної продукції на засадах життєвого циклу товару // *Вісник Національного технічного університету "ХПІ" (економічні науки)* : зб. наук. пр. – Харків : НТУ «ХПІ», 2016. – № 28 (1200). – С. 26-30.
10. Перерва П.Г., Кобелева Т.О. Якість інноваційної продукції як складова маркетингової політики та конкурентоспроможності підприємства // *Вісник Національного технічного університету "ХПІ" (економічні науки)* : зб. наук. пр. – Харків : НТУ «ХПІ», 2016. – № 28 (1200). – С. 70-74.
11. Перерва П.Г., Косенко А.В., Маслак М.В., Матросова В.О., Долина І.В. Розвиток організаційно-економічного механізму управління розвитком індустрії туризму та гостинності // *Вісник Національного технічного університету "ХПІ" (економічні науки)* : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 48 (1324). – С. 121-127.
12. Старостіна А.О. Маркетинг: теорія, світовий досвід, українська практика: підруч. – К.: Знання, 2009. – 1070 с.
13. Перерва П.Г.; Косенко О.П., Ткачова Н.П.; Ткачов М.М. Формування конкурентного, інтелектуального і маркетингового потенціалу інноваційного підприємства // *Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут"* (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 20 (1296). – С. 36-40.
14. Перерва П.Г., Косенко А.В., Маслак М.В., Матросова В.О., Долина І.В. Формування управлінської, маркетингової та інноваційної політики на підприємствах туристичної індустрії // *Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут"* (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 47 (1323). – С. 114-120.
15. Pererva P.G., Kocziszky Gy., Somosi Veres M., Kobieliya T.A. Compliance program: [tutorial] / P.G.Pererva [et al.]; ed.: P.G.Pererva, G.Kocziszky, M. Veres Somosi. – Kharkov ; Miskolc : NTU "KhPI", 2019. – 689 p.
16. Pererva P.G., Kobieliya T.O. The formation of anti-crisis program of the industrial enterprise based on innovative monitoring // *Вісник Національного технічного університету "ХПІ" (економічні науки)* : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2016. – № 48 (1220). – С.41-44.
17. Kocziszky György, Szakaly D., Pererva P.G., Somosi Veres M. Technology transfer.- Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. — 668 p.

References (transliterated)

1. Marchuk L.S. Metodyky rozrakhunku intelektualnoho potentsialu pidpryyemstva [Methods of calculating the intellectual potential of an enterprise] // *Visnyk Natsionalnoho tekhnichnoho universytetu "Kharkivskyy politekhnichnyy instytut" (ekonomichni nauky)* : zb. nauk. pr. – Kharkiv : NTU "KhPI", 2018. – № 20 (1296). – S. 95-101.
2. Kobyelyeva T.O. Orhanizatsiyna struktura komplayens na promyslovomu pidpryyemstvi [Organizational Structure Compliance at the Industrial Enterprise] // *Visnyk Natsionalnoho tekhnichnoho*

- universytetu "Kharkiv's'kyi politekhnichnyi instytut" (ekonomichni nauky) : zb. nauk. pr. – Kharkiv : NTU "KhPI", 2018. – № 47 (1323). – S. 121-127.
3. Pererva P.G., Hliznutsa M.YU. Benchmarking yak metod otsynuyannya intelektual'nogo potentsialu rehioniv [Benchmarking as a method of assessing the intellectual potential of the regions] // *Marketynh i menedzhment innovatsiy.* - 2015. - № 4. - S. 11-19.
4. Pererva P.G., Kravchuk A.V. Efektyvnist yak ekonomichna katehoriya [Efficiency as an economic category] // *Visnyk Natsionalnoho tekhnichnoho universytetu "Kharkivskyy politekhnichnyi instytut" (ekonomichni nauky)* : zb. nauk. pr. – Kharkiv : NTU "KhPI", 2018. – № 15 (1291). – S. 137-143.
5. Pererva P.G. Ekonomiko-orhanizatsiyni zasady innovatsiynoyi ta investysynoyi diyalnosti pidpryyemstva [Economic and organizational principles of innovative and investment activity of the enterprise] // *Visnyk Natsionalnoho tekhnichnoho universytetu "Kharkivskyy politekhnichnyi instytut" (ekonomichni nauky)* : zb. nauk. pr. – Kharkiv : NTU "KhPI", 2017. – № 45 (1266). – S.51-55.
6. Pererva P.G., Marchuk L.S. Intelektualnyy potentsial yak ekonomichna katehoriya [Intellectual potential as an economic category] // *Visnyk Natsionalnoho tekhnichnoho universytetu "Kharkiv's'kyi politekhnichnyi instytut" (ekonomichni nauky)* : zb. nauk. pr. – Kharkiv : NTU "KhPI", 2018. – № 15 (1291). – S. 53-63.
7. Pererva P.G. Informatsiyna diyalnist pidpryyemstva: upravlinska, tsinova ta marketynhova skladovi [Information activity of the enterprise: management, price and marketing components] // *Visnyk Natsionalnoho tekhnichnoho universytetu "Kharkivskyy politekhnichnyi instytut" (ekonomichni nauky)*. – Kharkiv : NTU „KhPI”. - 2018. - № 37(1313).- S. 27-32 .
8. Pererva P.G., Kosenko A.V., Kobyelyeva, T.O., Maslak M.V. Systemnyy pidkhd do doslidzhennya tsinovykh, marketynhovykh, investysynykh ta innovatsynykh kharakterystyk transferu tekhnolohiy promyslovoyi produktsiyi [System approach to the study of price, marketing, investment and innovation characteristics of technology transfer of industrial products] // *Visnyk Natsionalnoho tekhnichnoho universytetu "Kharkivskyy politekhnichnyi instytut" (ekonomichni nauky)* : zb. nauk. pr. – Kharkiv : NTU "KhPI", 2018. – № 19 (1295). – S. 121-126.
9. Pererva P.G., Kobyelyeva T.O. Upravlinnya marketynhom innovatsiynoyi produktsiyi na zasadakh zhyttyevoho tsykladu tovaru [Management of marketing of innovative products on the basis of the product life cycle] // *Visnyk Natsionalnoho tekhnichnoho universytetu "KhPI" (ekonomichni nauky)*. : zb. nauk. pr. – Kharkiv. : NTU «KhPI», 2016. – № 28 (1200). – S. 26-30.
10. Pererva P.G., Kobyelyeva T.O. Yakist innovatsiynoyi produktsiyi yak skladova marketynhovoyi polityky ta konkurentospromozhnosti pidpryyemstva [Quality of innovative products as a component of marketing policy and competitiveness of the enterprise] // *Visnyk Natsionalnoho tekhnichnoho universytetu "KhPI" (ekonomichni nauky)*. : zb. nauk. pr. – Kharkiv: NTU «KhPI», 2016. – № 28 (1200). – S. 70-74.
11. Pererva P.G., Kosenko A.V., Maslak M.V., Matrosova V.O., Dolyna I.V. Rozvytok orhanizatsiyno-ekonomichnoho mekhanizmu upravlinnya rozvytkom industriyi turyzmu ta hostynnosti [Development of organizational and economic mechanism for managing the development of the tourism industry and hospitality] // *Visnyk Natsionalnoho tekhnichnoho universytetu "KhPI" (ekonomichni nauky)* : zb. nauk. pr. – Kharkiv : NTU "KhPI", 2018. – № 48 (1324). – S. 121-127.
12. Starostina A.O. Marketynh: teoriya, svitovyy dosvid, ukraïnska praktyka: pidruch [Marketing: theory, world experience, Ukrainian practice: under the leadership]. – K.: Znannya, 2009. – 1070 s.
13. Pererva P.G.;Kosenko O.P., Tkachova N.P.; Tkachov M.M. Formuvannya konkurentnoho, intelektualnoho i marketynhovoho potentsialu innovatsiynoho pidpryyemstva [Formation of Competitive, Intellectual and Marketing Potential of Innovative Entrepreneurship] // *Visnyk Natsionalnoho tekhnichnoho universytetu "Kharkivskyy politekhnichnyi instytut" (ekonomichni nauky)* : zb. nauk. pr. – Kharkiv : NTU "KHPI", 2018. – № 20 (1296). – S. 36-40.
14. Pererva P.G., Kosenko A.V., Maslak M.V., Matrosova V.O., Dolyna I.V. Formuvannya upravlinskoyi, marketynhovoyi ta innovatsiynoyi polityky na pidpryyemstvakh turystychnoyi industriyi [Formation of management, marketing and innovation policy at enterprises of the tourism industry] // *Visnyk Natsionalnoho tekhnichnoho universytetu "Kharkivskyy politekhnichnyi instytut" (ekonomichni nauky)* : zb. nauk. pr. – Kharkiv : NTU "KHPI", 2018. – № 47 (1323). – S. 114-120.
15. Pererva P.G., Kocziszky Gy., Somosi Veres M., Kobieliya T.A. Compliance program: [tutorial] / P.G.Pererva [et al.]; ed.: P.G.Pererva, G.Kocziszky, M. Veres Somosi. – Kharkov ; Miskolc : NTU "KhPI", 2019. – 689 p.
16. Pererva P.G., Kobieliya T.O. The formation of anti-crisis program of the industrial enterprise based on innovative monitoring [The formation of an anti-crisis program of industrial enterprises based on innovative monitoring] // *Visnyk Natsionalnoho tekhnichnoho universytetu "KHPI" (ekonomichni nauky)*. : zb. nauk. pr. – Kharkiv : NTU "KHPI", 2016. – № 48 (1220). – S.41-44.
17. Kocziszky György, Szakaly D., Pererva P.G., Somosi Veres M. Technology transfer.- Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. — 668 p.

Надійшла до редколегії 24.11.2020

Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors

Косенко Олександра Петрівна (Косенко Александра Петровна, Kosenko Oleksandra Petrivna) доктор економічних наук, професор, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», професор кафедри економіки і маркетингу; тел.: (096) 366-58-67; e-mail: kosenkoalexandra1@gmail.com

Перерва Петро Григорович (Перерва Петр Григорьевич, Pererva Petr Grigorievich) – доктор економічних наук, професор, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», завідувач кафедри менеджменту інноваційного підприємництва та міжнародних економічних відносин Харків, Україна; ORCID:0000-0002-6256-9329; тел.: (067) 940-16-81; e-mail: pgpererva@gmail.com

Матросова Вікторія Олександрівна (Матросова Виктория Александровна, Matrosova Viktoriya Oleksandrivna) кандидат економічних наук, доцент, викладач, кафедра менеджменту інноваційного підприємництва та міжнародних економічних відносин, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», e-mail: vm4323@gmail.com

Долина Ірина Володимирівна (Долина Ирина Владимировна, Dolyna Iryna Vladimirovna) - кандидат економічних наук, доцент, професор кафедри менеджменту інноваційного підприємництва та міжнародних економічних відносин, м. Харків, Україна; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3507-5497>, e-mail: dolyna_i@bigmir.net

Кобелев Валерій Миколайович (Кобелев Валерий Николаевич, Kobieliyev Valerii Mikolaevich) – кандидат економічних наук, професор, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», доцент кафедри економіки і маркетингу, тел. (097) 468-56-45

*Т.О.ОКЛАНДЕР, В.В.ВОЙТКО***ФОРМУВАННЯ ПРОЦЕСІВ ЦІНОУТВОРЕННЯ ТА ВАРТІСНОЇ ОЦІНКИ ПОТЕНЦІАЛУ ПРОМИСЛОВИХ ІННОВАЦІЙ З УРАХУВАННЯ ФАКТОРУ РИЗИКУ**

У статті доведено, що вартісна оцінка інновацій промислового підприємства представляє певну складність через недостатню опрацювання окремих методичних питань, пов'язаної з відсутністю єдності поглядів щодо понятійного апарату, а також різноманітним класифікаційним ознакам, мінімальним практичним досвідом реалізації. Проте, введення в практичну діяльність аналітиків понять і категорій, що пояснюють процес накопичення знань з подальшою їх трансформацією в інтелектуальний капітал господарюючого суб'єкта, дає можливість розширити економічні дослідження областей, які до цього слабо піддавалися вартісній оцінці. Проаналізовано і систематизовано фактори ризиків, які впливають на ціну інноваційної продукції промислових підприємств. Запропоновано аналіз факторів ризиків, які впливають на ціноутворення промислових підприємств, здійснювати за допомогою методу структурного аналізу причинно-наслідкових зв'язків (fishbone diagram) Каору Ішикави (Kaoru Ishikawa). Цей метод є наочним і надає можливість системно аналізувати причинно-наслідкові зв'язки всіх факторів, які в різній мірі впливають на розмір загального ризику. Крім того, застосування саме цього методу дозволяє провести ґрунтовний аналіз факторів цінового ризику на основі їх систематизації та виявити нові фактори, які з'являються внаслідок трансформаційних змін у зовнішньому і внутрішньому середовищах суб'єктів господарювання. Останнє є надзвичайно важливим з огляду на посилення конкурентної боротьби між товаровиробниками на ринку та необхідність прийняття вчасних обґрунтованих управлінських рішень. Урахування факторів ризику у процесі ціноутворення вимагає від промислових підприємств не лише постійного моніторингу зовнішнього і внутрішнього середовища, а й добору релевантних методів для їх аналізу.

Ключові слова: фактори ризиків; цінові ризики; промислові інновації; вартісна оцінка; промислове підприємство; метод Ішикави.

*Т.О.ОКЛАНДЕР, В.В.ВОЙТКО***ФОРМИРОВАНИЕ ПРОЦЕССОВ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ И СТОИМОСТНОЙ ОЦЕНКИ ПОТЕНЦИАЛА ПРОМЫШЛЕННЫХ ИННОВАЦИЙ С УЧЕТОМ ФАКТОРОВ РИСКА**

В статье доказано, что стоимостная оценка инноваций промышленного предприятия представляет определенную сложность из-за недостаточной проработки отдельных методических вопросов, связанной с отсутствием единства взглядов относительно понятийного аппарата, а также многообразием классификационных признаков, минимальным практическим опытом реализации. Однако, введение в практическую деятельность аналитиков понятий и категорий, объясняющих процесс накопления знаний с последующей их трансформацией в интеллектуальный капитал хозяйствующего субъекта, дает возможность расширить экономические исследования областей, которые до этого слабо подвергались стоимостной оценке. Проанализированы и систематизированы факторы рисков, влияющих на цену инновационной продукции промышленных предприятий. Предложен анализ факторов риска, влияющих на ценообразование промышленных предприятий, осуществляться с помощью метода структурного анализа причинно-следственных связей (fishbone diagram) Каору Ишикавы (Kaoru Ishikawa). Этот метод является наглядным и позволяет системно анализировать причинно-следственные связи всех факторов, которые в разной степени влияют на размер общего риска. Кроме того, применение именно этого метода позволяет провести глубокий анализ факторов ценового риска на основе их систематизации и выявить новые факторы, которые появляются в результате трансформационных изменений во внешней и внутренней средах субъектов хозяйствования. Последнее чрезвычайно важно, учитывая усиление конкурентной борьбы между товаропроизводителями на рынке и необходимость принятия своевременных обоснованных управленческих решений. Учет факторов риска в процессе ценообразования требует от промышленных предприятий не только постоянного мониторинга внешней и внутренней среды, но и отбора релевантных методов для их анализа.

Ключевые слова: факторы риска; ценовые риски; промышленные инновации; стоимостная оценка; промышленное предприятие; метод Ишикавы.

*T.O.OKLANDER, V.V.VOYTKO***FORMATION OF PROCESSES OF PRICING AND VALUATION OF POTENTIAL INDUSTRIAL INNOVATIONS TAKING INTO ACCOUNT THE RISK FACTOR**

The article proves that the cost assessment of innovations of an industrial enterprise represents a certain complexity due to insufficient elaboration of certain methodological issues related to the lack of unity of views on the conceptual apparatus, as well as a variety of classification features, minimal practical experience. However, the introduction into the practice of analysts of concepts and categories that explain the process of accumulation of knowledge with their subsequent transformation into the intellectual capital of the business entity, makes it possible to expand economic research areas that were previously poorly valued. The risk factors that affect the price of innovative products of industrial enterprises are analyzed and systematized. It is proposed to analyze the risk factors that affect the pricing of industrial enterprises using the method of structural analysis of causation (fishbone diagram) Kaoru Ishikawa (Kaoru Ishikawa). This method is clear and provides an opportunity to systematically analyze the causal relationships of all factors that affect the size of the overall risk to varying degrees. In addition, the application of this method allows for a thorough analysis of price risk factors based on their systematization and identify new factors that appear as a result of transformational changes in the external and internal environments of economic entities. The latter is extremely important given the intensification of competition between producers in the market and the need for timely and sound management decisions. Taking into account risk factors in the pricing process requires industrial enterprises not only to constantly monitor the external and internal environment, but also to select relevant methods for their analysis.

Keywords: risk factors; price risks; industrial innovations; cost estimation; industrial enterprise; Ishikawa method.

Вступ. Розвиток економіки України в умовах зміни техніко-економічних укладів світової економіки (перехід від п'ятого до шостого укладу) супроводжується підвищення ризиків для промислового сектора. В найбільшій мірі це

характерно для інноваційної сфери. Це обумовлюється, з одного боку, досить застарілою структурою основних фондів промисловості, які мають знос до 50%, більшість підприємств побудовано 50 років тому, тобто базуються на

технологіях третього і четвертого технологічних укладів. А, з іншого, обмеженнями фінансових можливостей впровадження більш сучасних інноваційних з мінімальним рівнем ризику технологій виробництва та управління. Слід також вказати на певні обмеження доступу українських підприємств до подібних технологій в початковий період імпортозаміщення, що реалізується в національній економіці, коли доступ до закордонних технологій багато в чому вже неможливий (в силу тих чи інших причин), а вітчизняні аналоги знаходяться тільки в фазі розробки. Подібна ситуація різко підвищує важливість і значимість організаційних механізмів і заходів управління ризиками промислових підприємств, а також інтенсифікації інноваційних процесів розробки імпортозамінних технологій, спрямованих на оптимальне управління ризиками промислового сектора і їх зниження. Отже, постійний моніторинг перманентних трансформацій зовнішнього та внутрішнього середовища з метою визначення та/або конкретизації факторів ризиків є невід'ємною складовою діяльності будь-якого суб'єкта господарювання, який має на меті довготривалу успішну діяльність на ринку.

Одними з таких ризиків є цінові ризики. Якщо розглядати ціноутворення як одну зі складових комплексу маркетингу (а маркетинг визначати як філософію ведення бізнесу), то цінові ризики посідають чільне місце у системі маркетингових ризиків. Відтак, визначення та конкретизація факторів цінових ризиків (які постійно оновлюються) є актуальною проблемою і з теоретичної і з практичної точок зору.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Проблематика стабільного розвитку вітчизняних промислових підприємств на основі зростання обсягів виробництва і реалізації їх продукції тісно пов'язана з державними програмами і планами. Так, однією зі стратегічно важливих для України цілей соціально-економічного розвитку є визначена у законодавчих документах ціль сталого розвитку промисловості («Оперативна ціль 5 «Сталий розвиток промисловості» у Постанові КМУ «Про затвердження Державної стратегії регіонального розвитку на 2021-2027 рр.» [1]). А успішність діяльності суб'єктів господарювання на ринку залежить від швидкості прийняття релевантних управлінських рішень, які, в свою чергу, ґрунтуються на результатах факторного аналізу.

Безумовно, вартісна оцінка інновацій промислового підприємства представляє певну складність через недостатню опрацювання окремих методичних питань, пов'язаної з відсутністю єдності поглядів щодо понятійного апарату, а також різноманіттю класифікаційних ознак, мінімальним практичним досвідом реалізації. Проте, введення в практичну діяльність аналітиків понять і категорій, що пояснюють процес накопичення знань з подальшою їх трансформацією в інтелектуальний капітал господарюючого суб'єкта, дає можливість

розширити економічні дослідження областей, які до цього слабо піддавалися вартісній оцінці.

Таким чином, аналіз і урахування факторів цінових та вартісних ризиків при прийнятті управлінських рішень на промислових підприємствах є важливим науковим і практичним завданням.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми. Основи сучасної ризикології були закладені ще у працях Сміта А. [2], Мілля Дж. [3], Найта Ф. [4], розвинуті у роботах Маршалла А., Пігу А. та інших і адаптовані до реалій сучасності вітчизняними науковцями. Зокрема, різним аспектам урахування факторів ризику присвячені праці Балабанової Л.В. [5], Ветрогона О.В. [6], Волкової М.В. [7], Кондратенко Н.О. [7], Гранатурова В.М. [8], Дугіної С.І. [9], Дунської А.Р. [10], Жалдак Г.П. [10], Ілляшенко С.М. [11], Кузьміна С.В. [12], Орлової В.М. [12], Окландер М.А. [13], Приймаченко О.О. [6], Сардак О.В. [5], Старостіної А.О. [14], Харічкова С.К. [8], Чукурної О. [15], Яшкіної О.І. [16] та інших.

Зокрема, Яшкіна О.І. зазначає, що вихід на ринок з новою, особливо високотехнологічною продукцією, вимагає від підприємства ретельного підходу до оцінювання можливих ризиків у ціноутворенні [16]. Чукурна О. резюмує, що із загостренням конкуренції питання управління ціновим ризиком стає ще більш актуальним та потребує розроблення методології його управління [15]. Таким чином, незважаючи на вагомий здобутки науковців з цієї проблеми, дослідження факторів цінових ризиків потребує подальших наукових розвідок.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є дослідження факторів цінових ризиків та визначення причинно-наслідкових зв'язків між ними.

Викладення основного матеріалу дослідження. Ціновий ризик є різновидом специфічного господарського ризику. Необхідність аналізу цінових ризиків обумовлена функціональною залежністю прибутку від встановлених цін [13].

У сучасній науковій літературі низка праць присвячена методам оцінки цінових ризиків (які узагальнено класифікують за чотирма групами: розрахунково-аналітичні; математико-статистичний; аналогії; експертних оцінок) [17]. А методам, за допомогою яких можна провести релевантний факторний аналіз, на наш погляд, приділяється менше уваги, хоча саме розуміння причинно-наслідкових зв'язків між факторами ризиків дозволяє більш точно оцінити їх результуючий вплив, тобто розмір ризиків.

Кондратенко Н.О. і Волкова М.В. відзначили, що на практиці, розробляючи стратегію формування ціни, підприємства приділяють недостатньо уваги ціноутворюючим факторам (ураховують лише основні) та недооцінюють важливість впливу другорядних, на їх думку, факторів на динаміку збуту [18]. Ці автори до факторів впливу у ціноутворенні відносять: рівень попиту, споживчі властивості товару, якість товару, місткість ринку.

Дугіна С.І. провела ґрунтовний аналіз факторів, що впливають на різні види господарських ризиків і

відзначила такі з них, які впливають на рівень цін і величину ризику [9]: а) зовнішні фактори прямого впливу: зміни законодавства, що регулює господарську діяльність; конкуренція підприємств; взаємини з партнерами; податкова система; корупція тощо; б) зовнішні фактори непрямого впливу: політична ситуація, міжнародні події, економічна нестійкість країни, економічне становище галузі, стихійні лиха; в) внутрішні фактори: стратегія підприємства (у тому числі й цінова), сукупні витрати, ресурси та їх використання, якість і рівень використання маркетингу, якість продукції.

На думку Чукурної О. цінові ризики, що пов'язані зі зміною в державному регулюванні, імовірністю введення нових податкових та інших платежів та інфляцією, є найбільш імовірнісними [15].

Цінові ризики, на наш погляд, крім зазначених вище, також пов'язані з [19]: підвищенням закупівельних цін; імовірністю встановлення конкурентами цін нижче ринкових; змінами в

державному регулюванні ціноутворення; імовірністю введення нових податкових та інших платежів, які інтегровані в ціни; зниженням рівня товарів на ринку; підвищенням цін і тарифів на послуги інших організацій тощо.

Пропонуємо аналіз факторів ризиків, які впливають на процеси ціноутворення промислових підприємств, здійснювати за допомогою методу структурного аналізу причинно-наслідкових зв'язків (fishbone diagram), запропонованого Каору Ішикавою (Kaoru Ishikawa). Безперечними перевагами цього методу є наочність і можливість системно аналізувати причинно-наслідкові зв'язки всіх факторів, які в різній мірі впливають на розмір загального ризику. Схематично урахування факторів ризиків у ціноутворенні промислових підприємств за допомогою методу структурного аналізу причинно-наслідкових зв'язків К. Ішикави представлено на рис. 1.

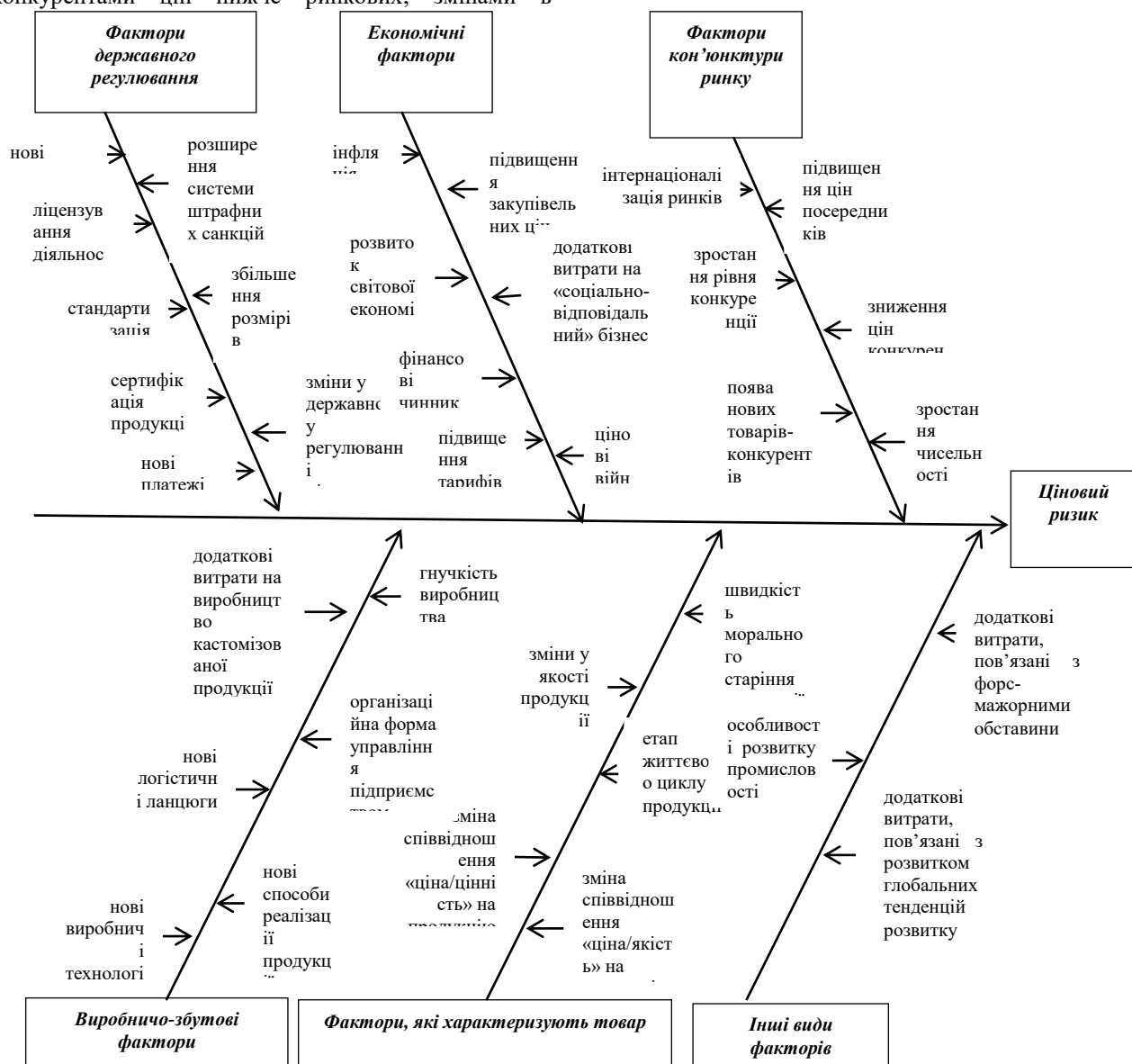


Рисунок 1 – Урахування факторів ризиків у ціноутворенні промислових підприємств за допомогою методу структурного аналізу причинно-наслідкових зв'язків К.Ішикави

Джерело: авторська розробка

На наш погляд, узагальнено на загальний розмір цінкових ризиків промислових підприємств в Україні впливають фактори:

- 1) державного регулювання;
- 2) економічні;
- 3) ринкової кон'юнктури;
- 4) виробничо-збутові;
- 5) товарні;
- 6) інші.

Систематизація факторів, які чинять найбільший вплив на кінцевий результат, за зазначеними блоками дозволяє визначити основні і другорядні серед них, а їх комплексний аналіз надає можливість виявити ключові взаємозв'язки між факторами, що можуть призвести до виникнення каскадного ефекту (коли лавиноподібний вплив призводить до катастрофічних наслідків). Відтак, застосування методу К. Ішикави для аналізу факторів цінкових ризиків є доцільним.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Урахування факторів ризику у процесі ціноутворення вимагає від промислових підприємств не лише постійного моніторингу зовнішнього і внутрішнього середовища, а й добору релевантних методів для їх аналізу. Розглянутий у дослідженні метод К. Ішикави дозволяє провести ґрунтовний аналіз факторів цінкового ризику на основі їх систематизації та виявити нові фактори, які з'являються внаслідок трансформаційних змін у зовнішньому і внутрішньому середовищах суб'єктів господарювання. Останнє є надзвичайно важливим з огляду на посилення конкурентної боротьби між товаровиробниками на ринку та необхідність прийняття вчасних обґрунтованих управлінських рішень.

Викладені пропозиції можуть бути покладені в основу подальшого аналізу та оцінки цінкових ризиків.

Список літератури

1. Постанова КМУ від 5 серпня 2020 р. № 695 «Про затвердження Державної стратегії регіонального розвитку на 2021-2027 роки». URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/695-2020-%D0%BF#Text> (дата звернення: 01.08.2020).
2. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов / А. Смит // Антология экономической классики: В 2 т. Т. 1. – М.: Экономика, 1993. – 480 с.
3. Милль Дж. С. Основы политической экономии: Пер. с англ. / Дж. С. Миль. – М.: Прогресс, 1980. – Т. 2. – 480 с.
4. Найт Ф. Риск, неопределенность и прибыль / Ф. Найт – М.: Дело, 2003. – 360 с.
5. Балабанова Л. В., Сардак О. В. Цінова політика торговельного підприємства в умовах маркетингової орієнтації: монографія / Л. В. Балабанова, О. В. Сардак. – Донецьк: ДонДУЕТ ім. М. Туган-Барановського, 2003. – 149 с.
6. Окландер Т.О., Ветрогон О.В., Приймаченко О.О. Оцінювання цінкових ризиків у готельно-ресторанній сфері / Т.О. Окландер, О.В. Ветрогон, О.О. Приймаченко // Науково-виробничий журнал «Бізнес-навігатор», 2019. – Вип. 3-1 (52). – С.101-107.
7. Кондратенко Н.О., Волкова М.В. Методичні підходи до ціноутворення в системі маркетингу // Глобальні та національні проблеми економіки. Миколаївський національний університет імені В.О. Сухомлинського. Випуск 12. 2016. С. 272-276.
8. Гранатуров В. М. Аналіз підприємницьких ризиків: проблеми визначення, класифікації та кількісної оцінки: монографія / В. М. Гранатуров, І. В. Литовченко, С. К. Харічков; за наук. ред. В. М. Гранатурова – Одеса: Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України, 2003. – 164 с.
9. Дугіна С.І. Особливості урахування ризику при формуванні цінкової політики // Формування ринкової економіки. 2010. № 23. – С.135-145.
10. Дунська А.Р. Цінова еластичність попиту як основа прийняття ефективних управлінських рішень / А.Р. Дунська, Г.П. Жалдак // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2016. – Вип. 10. – С. 12-17. URL : <http://global-national.in.ua/issue-10-2016/18-vipusk-10-kviten-2016-r/1834-dunskaa-r-zhaldak-g-p-tsinova-elastichnist-popitu-yak-osnova-prijnyattya-efektivnikh-upravlinskikh-rishen> (дата звернення: 01.08.2020).
11. Ілляшенко С.М. Економічний ризик: Навчальний посібник. К.: ЦУЛ, 2004. – 220 с.
12. Кузьмів С.В. Оцінка та використання цінкової еластичності попиту для обґрунтування управлінських рішень / С.В. Кузьмів, В.М. Орлова // Економічний аналіз. – 2013. – Т. 14. – № 3. – С. 88-95.
13. Окландер М.А. Маркетингова цінова політика. Навч. посібник. (Розділ 7. Цінові ризики). URL : <https://westudents.com.ua/glavy/37448-rozdl-7-tsnov-riziki.html>
14. Старостіна А. О. Ризик-менеджмент: теорія та практика: Навч. посіб. / А. О. Старостіна, В. А. Кравченко. – К.: Кондор, 2004. – 200 с.
15. Чукурна О. Методологія управління цінковим ризиком у системі маркетингу // Економіст, 2013. – № 4. – С.55-59.
16. Яшкіна О.І. Визначення ризиків у ціноутворенні за регресійною моделлю залежності попиту від ціни // Маркетинг і менеджмент інновацій, 2016, № 3. – С.76-86.
17. Окландер М. А., Чукурна Е. П. Маркетингова цінова політика: навчальний посібник (з грифом МОН). – Київ: ЦУЛ, 2011. – 222 с.
18. Окландер Т.О. Методи оцінки маркетингових ризиків підприємств у ціноутворенні / Т. О. Окландер // Економічний аналіз, 2012. – Вип. 10. Ч. 4. – С.267-271.
19. Окландер Т. О. Маркетингові дослідження цінкових ризиків промислового підприємства // Проблеми економіки, 2012. – № 3. – С.141-146.
20. Pererva P.G., Kocziszky Gy., Somosi Veres M., Kobieliava T.A. Compliance program: [tutorial] / P.G.Pererva [et al.]; ed.: P.G.Pererva, G.Kocziszky, M. Veres Somosi. – Kharkov ; Miskolc : NTU "KhPI", 2019. – 689 p.
21. Kocziszky György, Szakaly D., Pererva P.G., Somosi Veres M. Technology transfer.- Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. — 668 p.
22. Перерва П.Г. Комплаенс-программа промышленного предприятия: сущность и задачи / П.Г.Перерва // Вісник НТУ «ХПІ»: зб. наук. пр.- Сер. : Економічні науки. – Харків : НТУ «ХПІ», 2017.– № 24 (1246).–С. 153-158.
23. Kocziszky, György Reputational compliance / György Kocziszky, M.Veress Somosi, T.O.Kobieliava // Дослідження та оптимізація економічних процесів "Оптимум-2017" : тр. 13-ї Міжнар. наук.-практ. конф., 6-8 грудня 2017 р. / ред.: О. В. Манойленко, Є. М. Строков. – Харків : НТУ «ХПІ», 2017. – С. 140-143.
24. Старостіна А.О. Маркетинг: теорія, світовий досвід, українська практика: підруч. – К.: Знання, 2009. – 1070 с.

References (transliterated)

1. *Postanova Kabinetu Ministriv Ukrainy «Pro zatverdzhennia Derzhavnoi stratehii rehionalnoho rozvytku na 2021-2027 roky»* [Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine "On approval of the State Strategy for Regional Development for 2021-2027"]. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/695-2020-%D0%BF#Text> (accessed: 01.08.2020).
2. *Smyt A. Yssledovanye o pryrode y prychynakh bohatstva narodov* [A study of the nature and causes of the wealth of peoples]. М., Экономыка, 1993, 480 p.
3. *Myll Dzh. S. Osnovy politycheskoi ekonomyy* [Fundamentals of political economy]. М., Prohress, 1980, T. 2, 480 p.
4. *Nait F. Rysk, neopredelennost y prybyl* [Risk, uncertainty and profit]. М., Delo, 2003, 360 p.
5. *Balabanova L. V., Sardak O. V. Tsinova polityka torhovelnogo pidpriemstva v umovakh marketynhovoї oriientsatsii* [Pricing policy of a trading company in terms of marketing orientation]. Monografiya. Donetsk, DonDUET im. M. Tuhon-Baranovskoho, 2003, 149 p.
6. *Oklander T.O., Vetrohon O.V., Pryimachenko O.O. Otsiniuvannia tsinovyykh ryzykiv u hotelno-restorannii sferi* [Assessment of price risks in the hotel and restaurant industry] *Naukovo-vyrobnychi*

- zhurnal «Biznes-navihator». [Research and production magazine "Business Navigator"] – 2019. – no 3-1 (52). – pp.101-107.
7. Kondratenko N.O., Volkova M.V. *Metodychni pidkhody do tsinoutvorennia v systemi marketynhu* [Methodical approaches to pricing in the marketing system] *Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky. Mykolaivskiy natsionalnyi universytet imeni V.O. Sukhomlynskoho* [Global and national economic problems. Mykolaivskiy natsionalnyi universytet imeni V.O. Sukhomlynskoho] – 2016. – Issue 12. – pp. 272-276.
 8. Hranaturov V. M., Lytovchenko I. V., Kharichkov S. K. *Analiz pidpriemnytskykh ryzykiv: problemy vyznachennia, klasyfikatsii ta kilkisnoi otsinky* [Analysis of business risks: problems of definition, classification and quantification]. Monografiya. Odesa, Instytut problem rynku ta ekonomiko-ekolohichnykh doslidzen NAN Ukrainy, 2003, 164 p.
 9. Duhina S.I. *Osoblyvosti urakhuvannia ryzyku pry formuvanni tsinovoi polityky* [Features of risk consideration in the formation of pricing policy] *Formuvannia rynkovoi ekonomiky*. [Formation of a market economy] – 2010. – no 23. – pp.135-145.
 10. Dunska A.R., Zhaldak H.P. *Tsinova elastychnist popytu yak osnova pryiniattia efektyvnykh upravlinskykh rishen* [Price elasticity of demand as a basis for making effective management decisions] *Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky*. [Global and national economic problems] – 2016. – no 10. – pp. 12-17.
 11. Illiashenko S.M. *Ekonomichnyi ryzyk* [Economic risk]: navchal'nij posibnik. Kiev, TsUL, 2004, 220 p.
 12. Kuzminov S.V., Orlova V.M. *Otsinka ta vykorystannia tsinovoi elastychnosti popytu dlia obgruntuvannia upravlinskykh rishen* [Estimation and use of price elasticity of demand to substantiate management decisions] *Ekonomichnyi analiz*. [Economic analysis] – 2013. – V. 14. – no 3. – pp. 88-95.
 13. Oklander M.A. *Marketynhova tsinova polityka* [Marketing pricing policy]: navchal'nij posibnik. Available at: <https://westudents.com.ua/glavy/37448-rozdl-7-tsnov-riziki.html> (accessed: 01.08.2020).
 14. Starostina A.O., Kravchenko V.A. *Ryzik-menedzhment: teoriia ta praktyka* [Risk management: theory and practice]: navchal'nij posibnik. K., Kondor, 2004, 200 p.
 15. Chukurna O. *Metodolohiia upravlinnia tsinovym ryzykom u systemi marketynhu* [Price risk management methodology in the marketing system] *Economist* [Economist] – 2013. – no 4. – pp.55-59.
 16. Iashkina O.I. *Vyznachennia ryzykiv u tsinoutvorenni za rehresiinoiu modeliui zalezhnosti popytu vid tsiny* [Determination of risks in pricing according to the regression model of demand-price dependence]. *Marketynh i menedzhment innovatsii*. [Marketing and Innovation Management] – 2016. – no 3. – pp.76-86.
 17. Oklander M. A., Chukurna E. P. *Marketynhova tsinova polityka* [Marketing pricing policy]: navchal'nij posibnik. Kyiv, TsUL, 2011, 222 p.
 18. Oklander T.O. *Metody otsinky marketynhovykh ryzykiv pidpriemstv u tsinoutvorenni* [Methods for assessing the marketing risks of enterprises in pricing] *Ekonomichnyi analiz*. [Economic analysis] – 2012. – no 10. – Ch. 4. – pp.267-271.
 19. Oklander T. O. *Marketynhovi doslidzhennia tsinovyykh ryzykiv promyslovoho pidpriemstv* [Marketing research of price risks of industrial enterprises] *Problemy ekonomiky*. [Problems of economy] – 2012. – № 3. – pp.141-146.
 20. Pererva P.G., Kocziszky Gy., Somosi Veres M., Kobieliava T.A. *Compliance program: [tutorial] / P.G.Pererva [et al.]; ed.: P.G.Pererva, G.Kocziszky, M. Veres Somosi. – Kharkov ; Miskolc : NTU "KhPI", 2019. – 689 p.*
 21. Kocziszky György, Szakaly D., Pererva P.G., Somosi Veres M. *Technology transfer.- Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. — 668 p.*
 22. Pererva P.G. *Komplaens-prohramma promyshlenoho predpriyatya: sushchnost y zadachy* [Compliance program of an industrial enterprise: essence and tasks // *Visnyk NTU "KhPI" (ekonomichni nauky) : zb. nauk. pr.* [Bulletin of the National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute" : Sb. sciences Ave]. – Kharkiv : NTU "KHPI", 2017.- No. 24 (1246). - P. 153-158.
 23. Kocziszky György, Veres Somosi M., Kobieliava T.O. *Reputational Compliance // Doslidzhennia ta optymizatsiya ekonomichnykh protsesiv "Optimum-2017" : tr. 13-yi Mizhnar. nauk.-prakt. konf., 6-8 hrudnya 2017 r. / red.: O. V. Manoylenko, YE. M. Stokov [Research and Optimization of Economic Processes "Optimum-2017": Tr. 13th International science-practice Conf., December 6-8, 2017 / ed.: O. V. Manoylenko, E. M. Stokov]. – Kharkiv : NTU "KHPI", 2017. – C. 140-143.*
 24. Starostina A.O. *Marketynh: teoriya, svitovyy dosvid, ukraïnska praktyka: pidruch* [Marketing: theory, world experience, Ukrainian practice: under the leadership]. – K.: Znannya, 2009. – 1070 s.

Надійшла (received) 25.11.2020

Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors

Войтко Вікторія Валеріївна (Войтко Виктория Валерьевна, Vjtko Viktorija Valeriivna) - кандидат економічних наук, доцент, Національний економічний університет імені Семена Кузнеця, доцент кафедри бухгалтерського обліку і бізнес-консалтинг; тел.: (099) 177-74-42; e-mail: viktoriia.tiutlikova@hneu.net

Окландер Тетяна Олегівна (Окландер Татьяна Олеговна, Oklander Tetyana Olehivna) - доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри економіки та підприємництва Одеської державної академії будівництва та архітектури; ORCID: 0000-0003-3955-9808; email: t.o.oklander@opu.ua

ЗМІСТ

Кобелєв В., Бибченко А. Вдосконалення організаційно-економічного механізму управління ефективністю діяльності підприємства	3
Шеянова Е. Оцінка економічної ефективності виробничої діяльності підприємств	8
Літвиненко М., Карпутова К., Алфімцева О. Сучасні тенденції організації власного бізнесу в Україні	12
Лінькова О., Пушкар Є. Формування товарної політики підприємств молочної галузі	17
Маслак О., Одінцов М., Яковенко Я., Зайцев С. Інструментарій ефективного управління стратегічним розвитком економіки регіону.....	21
Воробйова Л., Таловер В. Бізнес-культура, її склад та механізм формування.....	27
Гришко Н., Маслак М., Азізова Н., Сорока А. Інноваційне підприємництво та особливості реалізації стартапів в Україні	35
Юр'єва І., Гаряєва Г. Ділове спілкування у закладах готельно-ресторанного бізнесу.....	39
Погорєлова Т. Процеси відбору персоналу	43
Аванесова Н., Нечунєєва І. Теоретико-методологічних підходи до управління кадровим потенціалом підприємств	48
Головко М., Чекмасова І. Забезпечення конкурентоспроможності української пшениці на світовому ринку	53
Геворкян А., Геляровська О. Шляхи формування прибутку та ділової активності підприємства тов «ФМ Хладопром»	57
Бондаренко-Берегович В. Економічна безпека підприємства як об'єкт управління.....	63
Маслак О., Гришко Н., Глазунова О., Гришко Б. Промислові інновації: механізм управління з урахуванням стадій їх життєвого циклу	68
Шевченко М., Назарова Т., Донська Ю. Особливості управління підприємством у складі міжнародного стратегічного альянсу	72
Косенко О., Перерва П., Матросова В., Долина І., Кобелєв В. Методологія ціноутворення та економічної оцінки інтелектуального потенціалу в міжнародному підприємстві	76
Войтко В., Окландер Т. Формування процесів ціноутворення та вартісної оцінки потенціалу промислових інновацій з урахування фактору ризику.....	82

CONTENT

Kobieliev V.i, Bybchenko A.	
Improvement of the organizational and economic mechanism of managing the efficiency of the enterprise's activities	3
Sheianova E.	
Estimating economic efficiency of enterprises functioning.....	8
Litvinenko M., Karputova K., Alfimtseva A.	
Modern trends of own business organization in Ukraine	12
Linkova H., Pushkar Y.	
Formation of commodity policy of dairy industry	17
Maslak O., Odintsov M., Yakovenko Y., Zaytsev S.	
Tools for the effective management of strategic development of the regional economy	21
Vorobiova L., Talover V.	
Business culture, its composition and formation mechanism.....	27
Grishko N., Maslak M., Azizova N., Soroka A.	
Innovative entrepreneurship and the features of startup implementation in Ukraine	35
Yuryeva I., Gariaieva G.	
Business communication in hotels and restaurants.....	39
Pohorielova T.	
Personnel selection processes.....	43
Avanesova N., Nechuneieva I.	
Theoretical and methodological approaches to managing the human resources potential of enterprises.....	48
Golovko M., Chekmasova I.	
Ensuring the competitiveness of ukrainian wheat in the world market	53
Gevorkyan A., Heliarovska O.	
Ways of profit formation and business activity of the enterprise of LLC FM Hladoprom.....	57
Bondarenko-Beregovich V.	
Economic security of the enterprise as an object of management.....	63
Maslak O., Grishko N., Hlazunova O., Hryshko B	
Industrial innovations: a management mechanism taking into account the stages of their life cycle.....	68
Shevchenko M., Nazarova T., Donskaya Y.	
Specific features of enterprise management in the international strategic alliance	72
Kosenko O., Pererva P., Matrosova V., Dolyna I., Kobieliev V.	
Methodology of pricing and economic evaluation of intellectual potential in international entrepreneurship...	76
Vjtko V., Oklander T.	
Formation of processes of pricing and valuation of potential industrial innovations taking into account the risk factor	82

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

ВІСНИК

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

(економічні науки)

Збірник наукових праць

№ 5 '2020

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 В.П. Шайда

АДРЕСА РЕДКОЛЕГІЇ ТА ВИДАВЦЯ:

*Кафедра: «Менеджмент інноваційного підприємництва
та міжнародних економічних відносин»,
НТУ «ХПІ», вул. Кирпичова 2, Харків 61002, Україна.
Тел. (057) 707-62-53, (057) 707-65-07,
e-mail: tper_bulletin@ukr.net*

*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.
вул. Славянская, 3 оф.5, Харків, 61052, Україна.*

*Підп. до друку 27.11.2020 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. № 425. Ціна договірна.*