

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**МІНІСТЕРСТВО АГРАРНОЇ ПОЛІТИКИ ТА  
ПРОДОВОЛЬСТВА УКРАЇНИ**

**НААНУ ННЦ «ІНСТИТУТ АГРАРНОЇ ЕКОНОМІКИ»**

**ІНСТИТУТ ПРОДОВОЛЬЧИХ РЕСУРСІВ НААНУ**

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ**

**ПРОБЛЕМИ ЕКОНОМІКИ  
ПІДПРИЄМСТВ В СУЧАСНИХ УМОВАХ**

**Матеріали  
XI Міжнародної науково-практичної конференції**

*21-22 травня 2015 р.*

**Тези доповідей**

Київ НУХТ 2015

**Проблеми економіки підприємств в сучасних умовах:** Матеріали XI Міжнарод. наук.-практ. конф., Київ, 21-22 травня 2015 р. : тези доп. – К.: НУХТ, 2015. – 219 с.

Видання містить тези доповідей учасників XI Міжнародної науково-практичної конференції.

Розглянуто актуальні питання економіки підприємств в сучасних умовах на основі сучасних наукових підходів, ознайомлено читачів з характером змін усіх складових управлінської діяльності в умовах інтенсифікації розвитку технологій управління, зростання інноваційної активності, підвищення ефективності мотиваційного механізму підтримки виробництва, розвитку маркетингової забезпечення підприємства та теоретичні і прикладні аспекти продовольчої безпеки країни.

Розраховано на студентів, аспірантів, викладачів, наукових працівників, яких цікавлять питання, пов'язані з функціонуванням підприємств в сучасних ринкових умовах.

**Матеріали конференції видано в авторській редакції**

**Редакційна колегія:** А.І. Українець, Т.Л. Мостенська, С.І. Дичковський, М.І. Пугачов, М.П. Сичевський, І.В. Федулова, Н.С. Скопенко, О.А. Лисенко (відповідальний секретар).

Рекомендовано вченою радою НУХТ  
Протокол №10 від 29.04.2015 р.

© НУХТ, 2015

## ЗМІСТ

<b>Секція 1 Стратегічне управління підприємствами</b> .....	7
<i>Березянюк Т.В.</i> Актуальні проблеми визначення рівня прозорості для підприємств оліє-жирової галузі .....	9
<i>Бойко І.А.</i> Методи оцінки фінансових ризиків підприємств харчової промисловості .....	13
<i>Боковець В.В.</i> Проблеми корпоративної реструктуризації .....	14
<i>Буковинська М.П.</i> Соціальні технології в управлінні сучасними корпораціями .....	16
<i>Геоня С.Б., Кучер А.С., Малік Л.В.</i> Ризики у фінансово-господарській діяльності та способи управління ними.....	18
<i>Гнатенко О.А., Лис Н.П.</i> Шлях модернізації страхового ринку України в сучасних умовах господарювання.....	20
<i>Гуторов А.О.</i> Теоретичні засади вибору стратегії інтеграції підприємств в аграрному секторі економіки .....	21
<i>Дунда С.П.</i> Процес вибору стратегії розвитку хлібопекарських підприємств.....	23
<i>Ємцева Г.Ф.</i> Напрями державного регулювання діяльності переробних підприємств .....	25
<i>Занозовська О.Г.</i> Теоретичні аспекти механізму реалізації стратегії підприємств харчової промисловості .....	26
<i>Крисанов Д.Ф.</i> Структурні трансформації і стратегії розвитку підприємств харчової промисловості .....	28
<i>Нікітіна Т.А.</i> Стратегічний альянс як форма консолідації капіталу наукомістких підприємств .....	31
<i>П'янкова О.В.</i> Глобальні ризики: вплив на економіку України.....	33
<i>Рубан В.М.</i> Обґрунтування застосування інструментів антикризового менеджменту .....	36
<i>Рудь О.В.</i> Науково-теоретичні підходи до визначення сутності стратегічного управління .....	38
<i>Сіробаба С.В.</i> Управління категорією комерційних ризиків в контексті підприємницької діяльності.....	40
<i>Скопенко Н.С.</i> Дослідження факторів ризику суб'єктів інтеграції .....	42
<i>Тур О.В.</i> Забезпечення ринкової стійкості підприємства шляхом використання інструментів стратегічного управління .....	44
<i>Тюха І.В.</i> Місце міжнародного фондового ринку в стратегічному управлінні розвитком підприємства .....	46
<i>Юрій Е.О.</i> Формування цільової структури капіталу як чинник зниження ризику банкрутства.....	48
<i>Юрій К.К.</i> Державне фінансове забезпечення розвитку малого підприємництва.....	50
<b>Секція 2 Інноваційно-інвестиційне забезпечення розвитку підприємств</b> .....	53
<i>Балковська В.В.</i> Інвестиції як основний фактор підвищення конкурентоспроможності підприємств України .....	55
<i>Басюк Т.П.</i> Проблеми управління інвестиціями на підприємствах харчової промисловості .....	56

<i>Василенко Т.П.</i> Ефективність інвестицій в інноваційний енергоменеджмент на підприємствах цукрової промисловості.....	58
<i>Жалінська І.В., Дзюбак І.С.</i> Реінжиніринг бізнес-процесів підприємства .....	60
<i>Жужукіна Н.І.</i> Міжнародна фінансова допомога як фактор економічного розвитку країни .....	62
<i>Зеленська Н.І.</i> Оцінка інвестиційного потенціалу аграрного сектору Волинської області.....	63
<i>Кравчук В.В., Кінах Н.В.</i> Інвестиційний розвиток Волинської області.....	65
<i>Кукурудзяк Л.В.</i> Управління нематеріальною складовою ресурсного потенціалу підприємства як один із напрямків розвитку інноваційних пріоритетів.....	68
<i>Левчук Н.І., Романовська Т.І.</i> Інвестиції в харчову промисловість України .....	70
<i>Литвинюк О.П.</i> Інноваційна реструктуризація хлібопекарських підприємств .....	72
<i>Меліховець Г.А.</i> Інвестиційне забезпечення діяльності підприємств Вінницької області.....	74
<i>Стахурська С.А.</i> Урахування ресурсних обмежень при формуванні інвестиційної програми підприємства .....	76
<i>Струнін В.В.</i> Використання триєдиного підходу до енергозабезпечення цукрових підприємств.....	78
<i>Струніна Л.В.</i> Ефективність та потенціал інновації .....	80
<b>Секція 3 Управління ефективністю діяльності підприємств .....</b>	<b>83</b>
<i>Болотіна І.М.</i> Сучасні підходи до організації ефективної роботи менеджера .....	85
<i>Будько О.В.</i> Обліково-аналітичне забезпечення в системі управління сталим розвитком підприємств.....	87
<i>Веклич В.О.</i> Поліпшення соціально-економічних умов праці та ефективність діяльності підприємств: до питання щодо інтерпретації за сучасних умов.....	88
<i>Волошина С.В., Глазкова В.Г.</i> Оптимізація загальнопромислових витрат підприємств з урахуванням принципу гнучкості .....	90
<i>Волошина С.В., Лопушанська Н.М.</i> Діагностика ефективності використання матеріальних ресурсів підприємства та дієвості економічного механізму її забезпечення.....	92
<i>Глуценко Л.Д., Пілявоз Т.М.</i> Проблемні аспекти кадрового розвитку малих та середніх промислових підприємств .....	94
<i>Головань О.О., Олійник О.М., Бухарова А.О.</i> Оптимізація процесу закупівель підприємства на базі асимптотичного підходу.....	96
<i>Горшкова Л.О.</i> Сучасні аспекти концепції «Бережливе виробництво + шість сигм» .....	97
<i>Грушко Л.І., Малік Л.В.</i> Вплив переходу до НП(С)БО на порядок розрахунку коефіцієнтів фінансового стану підприємства .....	99
<i>Гуцул Т.А.</i> Виробництво молока та молокопродукції в приміських господарствах ...	101
<i>Драган А.Д.</i> Методи визначення та порядок застосування звичайних цін на підприємствах м'ясопереробної галузі .....	103
<i>Драган О.І.</i> Проблеми формування кадрового потенціалу підприємств м'ясопереробної галузі .....	105
<i>Євсєєва І.В.</i> Ризики використання аутсорсингу як дієвого інструменту підвищення ефективності діяльності підприємства .....	107

<i>Захарченко С.А., Шашина М.В.</i> Управління матеріально-технічним потенціалом підприємства. Планування ремонтного обслуговування виробництва ДП «Укрзалізниця» .....	109
<i>Керанчук Т.Л.</i> Напрями підвищення ефективності функціонування малого бізнесу в Україні .....	111
<i>Ковальчук І.В.</i> Перспективи реформування податкової системи України .....	114
<i>Лисенко В.В.</i> Необхідність створення інформаційної системи управління підприємством в сучасних умовах господарювання .....	115
<i>Лисенко М.С.</i> Передумови побудови системи економічної безпеки підприємства....	116
<i>Lozovska Natalia</i> Modeling the relation between the quality and the effectiveness of environmental management (on the example of food industry enterprises in Vinnytsia region) .....	117
<i>Москаленко В.О.</i> Загальні аспекти управління талантами .....	119
<i>Новоїтенко І.В., Малиновський В.В.</i> Бізнес-культура та етика у підприємницькій діяльності .....	121
<i>Осадчук О.П.</i> Застосування циклу Е. Демінга (PDCA) щодо документування процесів системи управління якістю.....	123
<i>Рибачук-Ярова Т.В.</i> Принципи управління ефективністю діяльності підприємств....	125
<i>Сольська В.В.</i> Сутність підприємства як об'єкта оцінки .....	127
<i>Труш Ю.Л.</i> Організаційні основи планування якості продукції на підприємстві.....	129
<i>Тур О.В.</i> Пріоритетні напрями підвищення ефективності виробничо-господарської діяльності підприємств з виробництва мінеральних вод .....	130
<i>Швед Т.В.</i> Особливості експорту продукції олійно-жирової галузі України.....	132
<i>Шевченко Л.О., Петухова О.М.</i> Напрями розвитку підприємств спиртової промисловості в Європейському співтоваристві.....	134
<i>Шереметинська О.В.</i> Митна логістика, як елемент підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємств .....	136
<b>Секція 4 Маркетингове забезпечення розвитку підприємств .....</b>	<b>139</b>
<i>Бартельова А.А.</i> Особливості формування бренду підприємства.....	141
<i>Гавриленко І.С.</i> Інфраструктура як конкурентна перевага підприємства харчової промисловості .....	143
<i>Гресь О.О.</i> Розширення асортименту експорту як напрямок підвищення рівня конкурентоспроможності продукції.....	144
<i>Ємцев В.І.</i> Сучасний стан та проблеми розвитку підприємств молочного підкомплексу АПК України в умовах існуючого конкурентоформуючого середовища .....	146
<i>Побережна М.П.</i> Вибір комунікаційної стратегії залежно від стадії життєвого циклу стратегічного розвитку підприємства .....	149
<i>Репіч Т.А.</i> Підходи до взаємодії маркетингових та логістичних стратегій .....	150
<i>Розумей С.Б.</i> Дослідження каналів розподілу продукції ПАТ «Оболонь» .....	153
<i>Стахурський В.О.</i> Матричні підходи до розроблення стратегій підприємств.....	155
<i>Степанчук С.О.</i> Механізм перетворення інтелектуального потенціалу в інтелектуальний капітал .....	158
<i>Ткачук С.В.</i> Сучасні маркетингові підходи до індивідуалізації товарів та послуг .....	160
<i>Шереметинський М.А.</i> Напрями підвищення рівня конкурентоспроможності продукції при виході на зовнішній ринок.....	162

<b>Секція 5 Продовольча безпека: теоретичні та прикладні аспекти</b> .....	165
<i>Бурма Т.Г., Головань О.О.</i> Проблеми розвитку виробництва та експорту органічної продукції для с/г підприємств Запорізького регіону .....	167
<i>Вигера С.М.</i> Трофологія – перспективний напрям в системі наук про життя .....	168
<i>Закревська Л.М.</i> Аграрна кластеризація: вітчизняний та зарубіжний досвід .....	170
<i>Корж Н.В.</i> Місце зернових у забезпеченні продовольчої безпеки країни .....	172
<i>Кутас О.О.</i> М'ясне скотарство України: розвиток та перспективи .....	174
<i>Лисенко О.А.</i> Вплив імпортозалежності та частки експорту у споживанні на показники збалансованості основних видів продуктів харчування в Україні .....	176
<i>Мілінчук О.В.</i> Огляд впровадження системи НАССР на вітчизняних підприємствах .....	178
<i>Мостенська Т.Г.</i> Особливості забезпечення попиту на харчові продукти в умовах кризи .....	180
<i>Мостенська Т.Л.</i> Тіньова економіка у вирішенні питань продовольчої безпеки .....	181
<i>Ніценко В.С.</i> Наукові основи продовольчої безпеки України .....	183
<i>Осейко М.І., Шевчик В.І.</i> Система КТЮЛ I і II: концепція техне щодо проблеми функціональних і лікувальних продуктів і препаратів в оздоровленні особистості ....	186
<i>Сіднева Ж.К.</i> Безпечність харчових продуктів – важлива умова гарантування продовольчої безпеки .....	188
<i>Скрипчук П.М., Судук О.Ю.</i> Раціональне використання водних ресурсів як фактор продовольчої безпеки України .....	190
<i>Тараненко Г.Г.</i> Особливості продовольчої безпеки України .....	192
<i>Тіхонова Н.О.</i> Овочівництво в Україні.....	193
<i>Федулова І.В.</i> Дослідження попиту на продукти харчування .....	195
<i>Chala Kateryne, Mezhyńska-Bruy Olena</i> Food security at the national level.....	197
<i>Шатило І.Ю.</i> Тенденції функціонування глобального зернового ринку.....	198
<i>Якимчук Т.В.</i> Проблеми виробництва сирого молока у контексті забезпечення населення молочними продуктами .....	200

<b>Секція 6 Екологізація виробничих процесів. Проблеми екологічної реструктуризації</b> .....	203
<i>Бойко І.А.</i> Екологічні проблеми птахівництва та напрями їх вирішення.....	205
<i>Мостенська Т.Г.</i> Вплив на оточуюче середовище сироватки як побічного продукту молочного виробництва .....	207
<i>Мостенська Т.Л., Ралко О.С.</i> Мінімізація екологічних ризиків при виробництві молочних продуктів .....	209
<i>Салатюк Н.М.</i> Про актуальність переходу до екологічно чистого виробництва в Україні .....	211
<i>Сахненко А.С.</i> Обґрунтування доцільності включення питної води до споживчого кошику України.....	213
<i>Тарасюк Г.М.</i> Деякі проблеми та перспективи виробництва екологічно чистої харчової продукції .....	215
<i>Федулова І.В.</i> Екологічний менеджмент підприємств.....	217
<i>Якимчук Т.В.</i> Реструктуризація на підприємствах галузі пивоваріння: екологічний аспект.....	218

# Секція 1

## **СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ**

Голова секції – **М.П. Буковинська**, д-р екон. наук, проф.  
Секретар секції – **О.В. Тур**, канд. екон. наук, асист.

**Ауд. В-401**





## АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ВИЗНАЧЕННЯ РІВНЯ ПРОЗОРОСТІ ДЛЯ ПІДПРИЄМСТВ ОЛІЄ-ЖИРОВОЇ ГАЛУЗІ

Т.В. Березянюк, канд. екон. наук  
Інститут післядипломної освіти  
Національного університету харчових технологій

Розкриття інформації визнано одним із основних правил корпоративного управління. Його якість не залежить від обраної моделі корпоративного управління і спирається на наявність формальних та неформальних інструментів та правил. Нами досліджується цей аспект через призму дотримання оліє-жировим корпоративним сектором принципів ОЕСР та інтеграційних вимог ЄС.

Основні аналітичні та аудиторські агенції, наприклад PwC [1] використовують Індекс прозорості з 2001 р., хоча теоретичне обґрунтування його зроблено ще в 1932 р. [2]. В Україні розпочато обчислення Індексу прозорості у 2012 р. завдяки зусиллям Центру «Розвиток корпоративної соціальної відповідальності». Просування програми обчислення Індексу прозорості фінансується USAID в рамках проекту «Об'єднуємося заради реформ» (UNITER). Центром розпочато щомісячний секторальний аналіз сайтів компаній з метою дослідження політик та практик в сфері корпоративної соціальної відповідальності (табл. 1).

*Таблиця 1*

### Визначення рівня прозорості 2012-2014 рр. по підприємствам оліє-жирової галузі та харчовій промисловості

Назва компанії	Бали	Відносний рівень, %	Бали	Відносний рівень, %	Бали	Відносний рівень, %
	2012		2013		2014	
1	2	3	4	5	6	7
<b>Оліє-жировий сектор</b>						
<i>Олігопольне ядро</i>						
Кернелл-трейд (ДП Kernell Holding SA)	32	16	36	18	32	16
Kernell Holding SA	38	19	32	16	24	12
Приколотнянський ОЕЗ (ДП Кернелл)	0	0	0	0	0	0
Каргілл	16	8	14	7	10	5
Вінницький ОЖК (ДП Віолія)	0	0	0	0	0	0
<i>Крупні</i>						
Дніпропетровський ОЕЗ (ДП Бунге)	22	11	22	11	20	10
Сантрейд (ДП Бунге)	0	0	0	0	0	0

Продовж. табл. 1

1	2	3	4	5	6	7
<i>Середні</i>						
Серна ( ДП Glencore)	0	0	0	0	0	0
Запорізький МЖК (ТОВ Агрокосм («Приват») –	16	8	14	7	12	6
ПАТ « Пологівський ОЕЗ» (von Sass AG)	12	6	10	5	10	5
<i>Малі пп.</i>	0	0	0	0	0	0
<i>Провідні підприємства харчової промисловості</i>						
Оболонь	50	25	140	70	140	70
Імперіал Тобакко Україна	50	25	14	7	14	7
Миронівський хлібопродукт	43	21	41	20	38	19
Нібулон	33	16	33	16	-	-
Нестле-Україна	29	14	12	6	-	-
Проктер енд Гембл Україна	24	12	24	12	24	12
Конті	23	11	12	6	-	-
Рошен	19	9	10	5	10	5
Філіп Моррис Україна	13	7	12	6	12	6

\* бальну оцінку компаній, що не вдосконалювали КСВ-практики було знижено у наступному році

Джерело : укладено та розраховано автором

Оскільки в методології оцінки сайтів відбулися зміни в 2012 р. неможливо порівнювати результати аналізу ранніх періодів, тому ми використовуємо базу лише останніх трьох років. Крім того, оскільки деякі компанії набули ознаки транснаціональних для здійснення аналізу було спеціально створено міжнародну онлайн-платформу [3], за допомогою якою при потребі можна виконати порівняння.

Індекс формується з урахуванням чотирьох критеріїв:

- публікація звітності, що віддзеркалює практики компанії у соціальній та екологічній сферах – 40%;
- доступність інформації та розкриття її за напрямками КСВ – 15%;
- прозорість (легкість доступу до означеної вище інформації – «контакт в один клік») – 35%;
- навігація (наявність контактних зв'язків, можливість використати сайт людьми з обмеженими можливостями) – 15%.

Звертає увагу нехтування наданням громаді, суспільству, зацікавленим сторонам інформації щодо суспільно важливих, реформаторських та інтеграційних напрямків діяльності компаній. Здебільшого компанії пропонують яскравий популістський буклет/сайт, іміджевого та маркетингового спрямування, який може бути оцінено як PR-захід (табл. 2).

**Направленість інформаційної прозорості компаній  
оліє-жирового комплексу**

Підприємства	Консолідатор	Характеристики
Кернелл-трейд	Кернелл	Сайт на англ. мові, інформація щодо ділових практик стосується виробничих процесів, надано перелік аналітиків-комунікаторів, інформація про благодійну діяльність та підтримку громад
Kernell Holding SA		
Приколотнянський ОЕЗ	Харківська обл.	Сайт відсутній, інформація лише про акції та виробництво продукції
ПРАТ «Вовчанський ОЕЗ»		
ПРАТ «Полтав. ОЕЗ–Кернел Груп»	м. Полтава	
ПАТ «Кіровоградолія»	м. Кіровоград	Сайт містить повний перелік афілійованих осіб, довідкову інформацію про річний звіт та збори
ТОВ «Бандурський ОЕЗ»	Миколаївська обл.	Сайт відсутній
ТОВ «Україн.Чорном.індустрія»	Одеська обл.	Сайт відсутній
Каргілл	м. Київ	Цілодобова лінія етики
Кахов.філія ТОВ «АТ Каргілл»	Херсон. обл.	Сайт відсутній
ТОВ «Комбінат-Каргілл»	м. Донецьк	Зруйновано у наслідок військових дій
ТОВ «Екотранс» (ДП «Олсідс-Україна»)	Миколаївська обл.	Сайт відсутній
Дніпропетровський ОЕЗ	Бунге	Сайт призначений просуванню продукції
Сантрейд		
Віолія		Сайт на англ. мові має декларативну функцію, КСВ не відтворено

Джерело : укладено автором

За результатами аналізу Центру «Розвиток КСВ» рівень прозорості сайтів компаній в Україні не підвищується [4]. Експертами Центру визнано, що найбільших успіхів у цій сфері серед підприємств харчової промисловості досягла компанія «Оболонь», яка підвищила рівень прозорості з 25% у 2012 р. до 70% – у 2014 р.

Підсумовуючи зазначимо, що прозорість поки що не сприймається національними компаніями як конкурентна, суспільна та іміджева перевага.

Більше того, в олігопольному ядрі, незалежно від підпорядкування компанії, вкорінилася маніпулятивна практика ділових стосунків, що ґрунтуються на індивідуальних преференціях, елітарності або особливих відносинах із владною адміністрацією.

#### ЛІТЕРАТУРА:

1. Gu, Q. Teachers resilience: A necessary condition for effectiveness [Electronic resource] / Q. Gu, C. Day. – Режим доступу: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0742051X06001028>.
2. Piaget, J. The Moral Judgment of the Child [Electronic resource] / J. Piaget. – N-Y. : Macmillan, 1932. – Режим доступу: [https://books.google.com.ua/books?id=w7V\\_AgAAQBAJ&pg=PT752&lpg=PT752&dq=http://gtindex.net/&source=bl&ots=Z0W9O1Jfah&sig=FFFd3iKSJnPnZDHD1rxD-9tSF-g&hl=uk&sa=X&ei=ApurVNb4M-aqywO60IHoDA&ved=0CDMQ6AEwAw#v=onepage&q=http%3A%2F%2Fgtindex.net%2F&f=false](https://books.google.com.ua/books?id=w7V_AgAAQBAJ&pg=PT752&lpg=PT752&dq=http://gtindex.net/&source=bl&ots=Z0W9O1Jfah&sig=FFFd3iKSJnPnZDHD1rxD-9tSF-g&hl=uk&sa=X&ei=ApurVNb4M-aqywO60IHoDA&ved=0CDMQ6AEwAw#v=onepage&q=http%3A%2F%2Fgtindex.net%2F&f=false).
3. JQuery [Electronic resource]. – Режим доступу : <http://gtindex.net/>
4. Кернел [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.kernel.ua/ru/>
5. Каргілл [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.cargill.com](http://www.cargill.com)
6. Вінницький ОЖК (ДП Віолія) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.vioil.com/>
7. Дніпропетровський ОЕЗ (ДП Бунге) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.oleina.com](http://www.oleina.com)
8. Сантрейд (ДП Бунге) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://131855.ua.all.biz>
9. Серна ( ДП Glencore) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://75851.ua.all.biz/>
10. Запорізький МЖК (ТОВ Агрокосм («Приват»)) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zmkgk.com.ua/>
11. ПАТ «Пологівський ОЕЗ» (von Sass AG) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://mezpology.zp.ua/contacts>.
12. Індекс прозорості компаній 2013 [Електронний ресурс] // Центр «Розвиток КСВ». – Режим доступу : <http://csr-ukraine.org/>
13. ПАТ «Кіровоградолія» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://kirovogradoliya.pat.ua/emitents>
14. Прозорість сайтів українських ТОП-100 не підвищується [Електронний ресурс] // Центр «Розвиток КСВ». – Режим доступу: <http://csr-ukraine.org/article/прозорість-сайтів-українських-топ-100-не>.

## МЕТОДИ ОЦІНКИ ФІНАНСОВИХ РИЗИКІВ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

І.А. Бойко, канд. екон. наук

*Національний університет харчових технологій*

В умовах мінливого і невизначеного зовнішнього середовища діяльність будь-якого підприємства харчової промисловості пов'язана із ризиком. При цьому не остання роль належить саме фінансовим ризикам, особливо в сучасних кризових умовах діяльності підприємств.

Під фінансовим ризиком розуміється результат вибору власниками чи менеджерами підприємства альтернативного фінансового рішення, направлено на досягнення очікуваного цільового результату фінансової діяльності при ймовірності понесення економічних збитків (фінансових втрат) в силу невизначеності умов його реалізації [1].

Оцінка фінансових ризиків має велике значення, оскільки неправильне визначення та оцінка ризику може стати однією з головних причин розвитку та загострення кризової ситуації на підприємстві.

Розглянемо основні методи оцінки фінансових ризиків. Бланк І.А. пропонує такі основні підходи до кількісної оцінки рівня фінансового ризику [1]:

- економіко-статистичні (визначення рівня фінансового ризику, дисперсії, середньоквадратичного відхилення, коефіцієнта варіації, бета-коефіцієнта);
- експертні (базуються на опитуванні кваліфікованих спеціалістів з подальшою математичною обробкою результатів опитування);
- аналогові (дозволяють визначити рівень ризику по окремих найбільш масових операціях підприємства використовуючи власний та зовнішній досвід).

Камінський А.Б. виділяє чотири концептуальних підходи до оцінки фінансових ризиків [3]: підхід, заснований на оцінці втрат в несприятливій ситуації; підхід, заснований на відображенні ризику за допомогою показників варіативності; підхід, який ґрунтується на концепції очікуваної корисності; підхід, заснований на аналізі чутливості.

Брегін Н.А. для оцінки фінансових ризиків пропонує використовувати якісний та кількісний аналіз. Якісний аналіз полягає в оцінці умови виникнення ризиків і визначення їх впливу на діяльність підприємства. Завдання кількісного аналізу полягає в чисельному вимірі впливу факторів ризику на ефективність функціонування підприємства [2].

Стоянова О.С, крім відомих економіко-статистичних методів оцінки ризику, пропонує додатково використовувати ефект фінансового важеля та силу дії фінансового важеля для оцінки фінансового ризику [5].

Крім вищезазначених методів оцінки фінансових ризиків може застосовуватись метод аналіз доцільності витрат [4]. Суть методу аналізу доцільності витрат ґрунтується на тому, що в процесі діяльності витрати по кожному конкретному напрямку, а також з окремих елементів мають неоднаковий ступінь ризику. Визначення ступеня ризику шляхом аналізу

доцільності витрат орієнтовано на ідентифікацію потенційних зон ризику. Такий раціональний підхід тим, що дає можливість виявити «вузькі» місця в діяльності підприємства з точки зору ризику, а потім розробити шляхи їх ліквідації.

В цілому, методика оцінки фінансових ризиків повинна відповідати таким вимогам як достовірність та об'єктивність висновків, точність, економічна доцільність (витрати на проведення аналізу не повинні перевищувати додаткових доходів від використання результатів оціночної діяльності).

Підприємство може обирати будь-які методи оцінки ризиків, при цьому на вибір методу буде впливати можливість кількісної оцінки, можливість якісної оцінки, простота розрахунків, доступність інформації, можливість оцінки в динаміці.

### **ЛІТЕРАТУРА:**

1. Бланк, И.А. Управление финансовыми рисками / И.А. Бланк – К. : Ника-Центр, 2005. – 600 с.
2. Брегін, Н.А. Механізм оцінки й управління фінансовими ризиками підприємств / Н.А. Брегін. – Донецьк : ДонДУЕТ ім. М. Туган-Барановського, 2004. – 172 с.
3. Камінський, А.Б. Концептуальні підходи до вимірювання фінансових ризиків / А.Б. Камінський // Фінанси України. – 2006. – №5. – С. 78-85.
4. Лук'янова, В.В. Економічний ризик : Навч. посіб. / В.В. Лук'янова, Т.В. Головач. – К.: Академвидав, 2007. – 464 с.
5. Финансовый менеджмент : теория и практика : Учебник / Под ред. Е.С. Стояновой. – [5-е изд., перераб. и доп.]. – М. : Изд-во «Перспектива», 2002. – 656 с.

### **ПРОБЛЕМИ КОРПОРАТИВНОЇ РЕСТРУКТУРИЗАЦІЇ**

**В.В. Боковець**, канд. екон. наук

*Вінницький фінансово-економічний університет*

При проведенні корпоративної реструктуризації корпоративне управління повинно стати інструментом, який забезпечує не тільки ефективне проведення власне реструктуризаційних процесів, а і в подальшому забезпечить стратегічний розвиток корпорації. Доцільність реструктуризації визначається можливістю збільшити додану вартість продукції, яку випускає корпорація, зростанням рентабельності власного капіталу та спрямованістю на досягнення стратегічних цілей.

Реструктуризація буде проведена результативно, якщо менеджмент корпорації зацікавлений в її проведенні, а власник розуміє переваги, які отримає в результаті проведення реструктуризації. Крім того, успіх корпоративної реструктуризації суттєво залежить від партнерства держава – корпорація та політики держави щодо розвитку корпоративного сектору країни та окремих галузей економіки, наприклад, обов'язковість частки держави у корпоративній власності різних видів економічної діяльності або галузей промисловості, обмеження рівня цін або рівня рентабельності продукції, яка

випускається корпораціями, антимонопольного законодавства тощо.

Крім необхідності створення нормативно-правового середовища на рівні держави, в процесі реструктуризації доцільно довести корпоративне управління до рівня міжнародних стандартів, що дозволить впровадити передові практики в діяльність корпорації.

Такий підхід при проведенні реструктуризації дозволить корпорації вирішити такі проблеми як:

- залучення іноземних інвесторів для розвитку бізнесу;
- виведення продукції на зовнішній ринок;
- оптимізація структури капіталу;
- розвиток соціального партнерства з державою тощо.

Проведення корпоративної реструктуризації доцільно у разі, коли йдеться про життєздатну корпорацію, тобто таку, яка в результаті реструктуризації зможе успішно розвиватись у подальшому.

Нежиттєздатна корпорація – це корпорації, ліквідаційна вартість яких вище їх вартості як діючого підприємства з урахуванням потенційних витрат на реструктуризацію, «рівноважного» курсу обміну та відсоткових ставок [1].

В процесі реструктуризації важливо, щоб не створився дисбаланс між інтересами учасників корпоративних відносин: власників (акціонерів, як міноритарних, так і мажоритарних), кредиторів, постачальників та реалізаторів продукції, топ-менеджменту.

Досягнути збалансування інтересів можливо за допомогою розроблення системи стимулів (мотиваторів), які дозволять зрозуміти причетність кожної із зацікавлених сторін при проведенні реструктуризації.

Роль держави в процесі проведення корпоративної реструктуризації залежно від економічної ситуації в країні буде різною. Так в момент кризи роль держави посилюється, натомість у період покращення економічної ситуації держава має суттєво скоротити масштаби втручання. Роль держави у забезпеченні позитивних результатів у процесі проведення корпоративної реструктуризації полягає у наступному:

- визначення пріоритетів при проведенні економічної політики;
- виявлення та відмова від неефективних ринкових механізмів;
- реформування правової та податкової системи;
- подолання опору олігопольного ядра економіки;
- створення умов для довгострокового економічного зростання.

#### **ЛІТЕРАТУРА:**

1. Стоун, М.Р. Реструктуризация корпоративного сектора: Роль государства во времена кризиса [Електронний ресурс] / Марк Р. Стоун. – Вашингтон : Международный валютный фонд, 2002. – №31. – 28 с. – Режим доступа: <https://www.imf.org/External/Pubs/FT/issues/issues31/rus/issue31r.pdf> (Серия: Вопросы Экономики)

## СОЦІАЛЬНІ ТЕХНОЛОГІЇ В УПРАВЛІННІ СУЧАСНИМИ КОРПОРАЦІЯМИ

М.П. Буковинська, д-р екон. наук  
Національний університет харчових технологій

Соціальним аспектам діяльності корпорацій за останні роки стало приділятися помітно більше уваги, як у теорії так і у практиці менеджменту. Це зв'язано як із загальносвітовими (перш за усе, європейськими) тенденціями соціалізації бізнесу, так і особливостями української ситуації, а саме: загальною кризою та збільшенням долі кваліфікованих менеджерів, які бачать майбутнє свого бізнесу в Україні. Найбільш складним і цікавим являється той аспект формування соціальних технологій управління крупним бізнесом, який поєднаний із функціонуванням та розвитком корпоративних структур, або бізнес-груп. На сьогодні світовий бізнес у більшості випадків являє собою не окремі підприємства, а їх інтегровану сукупність.

Методологічно правильний підхід до аналізу соціальної проблематики корпоративного будівництва передбачає облік двох важливих обставин. *Перша* пов'язана з тим, що рух по шляху соціальної держави є конституційним для українського суспільства. Як наслідок, у соціальному ринковому господарстві соціальні параметри у системі макроекономічного планування повинні мати пріоритетний цільовий характер, висуватися головою держави та знаходитися у системі відповідальності органів виконавчої влади. Економічні показники – суть засобів, які забезпечують реалізацію соціальних пріоритетів та параметрів.

*Друга* обставина визначається загальними положеннями теорії корпоративного управління, суть якого полягає у тому, щоб політика корпорацій урахувала суспільно вагомі цілі та відповідально підходила до їх реалізації. Зрозуміло, що дана вимога далеко не завжди стоїть у руслі поточних інтересів топ-менеджменту. Та й діюча на державному рівні політика сприяння становлення в Україні цивілізованого корпоративного управління часто зводиться до абсолютизації інтересу власника незалежно від його спрямованості та ступеня відповідності загальнонаціональним інтересам.

Облік суспільно значущих цілей та пріоритетів у поведінці корпорацій – безперечно питання складне і аж ніяк не приводить до безперечного оперативного реагування на директиви чиновників «зверху». Безперечно, національно орієнтований корпоративний менеджмент не може не признавати перспективну значимість переходу від корпоративно-сировинної до корпоративно-перероблюваної моделі промислового розвитку. В цьому ж руслі іде визнання зростаючої ролі корпоративно-інноваційної моделі, яка базується на використанні великим промисловим бізнесом власних інноваційних розробок.

Важлива громадська роль крупних корпорацій полягає в тому, щоби активно брали участь у формуванні та реалізації перспективних концепцій та планів соціально-економічного розвитку регіонів. Мало обмежитися добросовісною сплатою податків у бюджети, оскільки це – мінімальна вимога до відповідального ведення бізнесу.



Соціальне ринкове господарство вимагає взаємодоповнення і узгодження територіальних та корпоративних стратегій забезпечення зайнятості, екологічної безпеки, професійного навчання кадрів тощо.

Численність напрямлень соціальної ефективності корпорацій на фоні їх обмежених ресурсних можливостей обумовлює значимість етапу визначення пріоритетних соціальних проблем корпоративних структур. Дані проблеми можуть бути сформульовані у контексті таких задач, як підвищення рівня доходів працюючих, їх житлового забезпечення; покращення професійно-кваліфікаційної структури кадрів, умов та охорони праці; збереження та розвиток інфраструктури, покращення екології та інше. Саме у руслі вибраних соціальних пріоритетів згодом формуються цілі соціального розвитку корпорацій, а також відповідні цільові показники та плани стратегічних заходів.

Активна соціальна політика менеджменту повинна підтримуватися системою внутрішньо корпоративних стандартів, регламентуючих спільну діяльність акціонерів, ради директорів, профспілкових організацій та найманого персоналу по забезпеченню раціональних процедур рішення соціальних проблем. Соціальні стандарти повинні мати загально корпоративний характер, бути невід'ємним елементом корпоративної культури у тих структурах, для яких соціальна відповідальність бізнесу не є пустим звуком.

Соціальна відповідальність бізнесу: сприяє сталому розвитку, у тому числі здоров'ю і добробуту суспільства; відповідає чинному законодавству і міжнародним нормам поведінки; інтегрована у діяльність організації та практикується в її відносинах [1].

Особливістю корпоративних структур є їх орієнтація на досягнення не тільки організаційно – економічного, але і соціального синергізму. Направлення соціальної взаємодії бізнес одиниць по реалізації загально корпоративних соціальних пріоритетів повинні бути чітко регламентовані у соціальному плані. Показники соціального синергізму (у вигляді спільно реалізованих соціальних проектів навчання кадрів, будівництва об'єктів соціальної інфраструктури або їх використання у загально корпоративних інтересах тощо) підлягають плануванню, обліку, мотивації та контролю.

Отже, соціальні технології корпорацій є дуже важливими інструментами реалізації їх соціальних стратегій та планів. При появі в Україні більшого числа крупних компаній, які реалізують соціальну відповідальність бізнесу, рівно як підвищення соціальної відповідальності влади перед бізнесом та суспільством стає усе більш наполегливим велінням часу.

#### **ЛІТЕРАТУРА:**

Соціальна відповідальність бізнесу [Електронний ресурс] / Вікіпедія : Вільна енциклопедія. – Режим доступу : [uk.wikipedia.org/wiki/Соціальна\\_відповідальність\\_бізнесу](http://uk.wikipedia.org/wiki/Соціальна_відповідальність_бізнесу).

## РИЗИКИ У ФІНАНСОВО-ГОСПОДАРСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ТА СПОСОБИ УПРАВЛІННЯ НИМИ

С.Б. Геоня,  
А.С. Кучер,

Л.В. Малік, канд. екон. наук

*Донецький національний університет, м. Вінниця*

У сучасному ринковому середовищі України, що постійно змінюється під впливом різноманітних зовнішніх та внутрішніх чинників, збільшується кількість потенційно можливих ризикових ситуацій. Тому проблема оцінки та управління ризиком стає все більш актуальною на сучасних підприємствах, а пошук ефективних підходів до управління ризиками – одним із найважливіших напрямків діяльності підприємств.

Проблеми управління ризиками вивчали багато українських та зарубіжних вчених таких як: О. Бабак [1], Ю. Бондарчук, В. Москвин [2], А. Некрасов та інші.

При здійсненні будь-якого виду господарської діяльності об'єктивно існує небезпека втрат, обсяг яких обумовлений специфікою конкретного бізнесу. Ризик – це ймовірність виникнення втрат, збитків, ненадходжень планованих доходів, прибутку [1].

Характеристика конкретного ризику одночасно дає чітке уявлення про його генеруючий чинник, що дозволяє «прив'язати» оцінку ступеня ймовірності виникнення та розміру можливих фінансових втрат за даним видом ризику.

В процесі фінансової діяльності ризик – менеджмент здійснюється у відповідності з політикою управління фінансовими ризиками – системою цілей і завдань управління ризиками, а також сукупністю методів і засобів досягнення цих цілей.

Процес управління ризиками є досить складним (рис. 1).

Система управління ризиками включає наступні блоки завдань :

– ідентифікацію – процес встановлення переліку основних видів фінансових ризиків, що притаманні діяльності конкретного підприємства.

– оцінку ризиків – відображення наслідків впливу ризиків та ймовірності їх настання в кількісному виразі;

– нейтралізацію ризиків – вжиття відповідних заходів щодо зменшення ймовірності настання ризиків і зменшення наслідків їх впливу [2].

Метою управління фінансовим ризиком є зниження втрат, пов'язаних з даним ризиком до мінімуму. Втрати можуть бути оцінені в грошовому вираженні, оцінюються також кроки щодо їх запобігання. У цілому методи захисту від фінансових ризиків можуть бути класифіковані залежно від об'єкта впливу на два види: фізичний захист, економічний захист (рис. 2).

Отже, на ступінь і величину ризику можна впливати через фінансовий механізм. У сукупності стратегія і прийоми утворюють механізм управління ризиком, тобто ризик-менеджмент.



Рис. 1. Процес управління ризиками

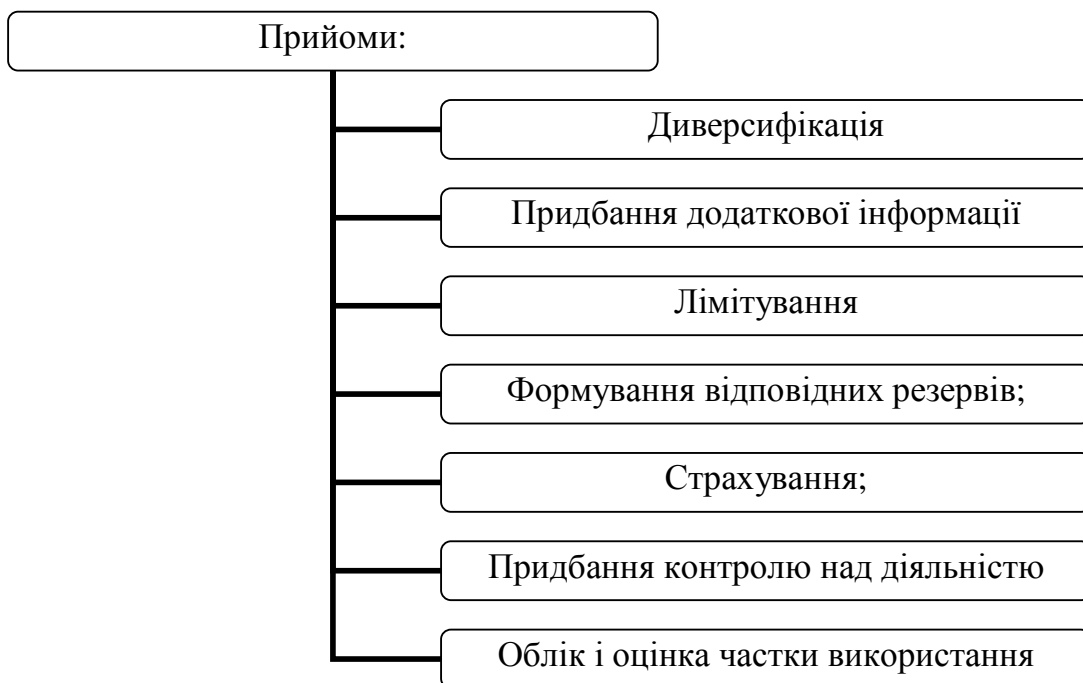


Рис. 2. Методи захисту від ризиків

Застосування на практиці методів управління ризиками означає, що завжди необхідно розрахувати максимально можливий збиток по даному виду ризику, потім зіставити його з обсягом капіталу підприємства, що піддається даному ризику, і потім зіставити весь можливий збиток із загальним обсягом власних фінансових ресурсів. І тільки зробивши останній крок, можливо визначити, чи не призведе даний ризик до банкрутства підприємства.

#### **ЛІТЕРАТУРА:**

1. Бабак, О. Фінансові ризики та основні методи їх нейтралізації / О.А. Бабак // Вісник УАБС. – 2010. – №6 (23). – С. 71-78.

2. Москвин, В.А. Механизмы нейтрализации финансовых рисков [Електронний ресурс] / В.А. Москвин. – 2008. – Режим доступу: [http://www.elitarium.ru/2008/02/05/nejjtralizacija\\_finansovykh\\_riskov.html](http://www.elitarium.ru/2008/02/05/nejjtralizacija_finansovykh_riskov.html)

3. Балабанов, И.Т. Финансовый менеджмент: теория и практика / И.Т. Балабанов, Е.В. Быкова, Е.С. Стоянова. – М. : Перспектива, 2008. – 656 с.

### **ШЛЯХИ МОДЕРНІЗАЦІЇ СТРАХОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ**

**О.А. Гнатенко**, канд. екон. наук

*Національний університет харчових технологій*

**Н.П. Лис**

*НДФІ «Академія фінансового управління»*

У сучасних умовах розвиток ринку страхових послуг є важливим фактором конкурентоспроможності економічної системи. Цілий комплекс соціально-економічних питань, починаючи з формування системи різновидових гарантій для фізичних та юридичних осіб і закінчуючи зміцненням інвестиційного потенціалу як в національному, так і в міжнародному масштабах дозволяє вирішити сектор народного господарства.

Високим рівнем динамічності та посиленням тенденцій якісної диференціації відзначається світовий страховий ринок. Країни, які не враховують глобальних площин розвитку страхової сфери, ризикують втратити своє лідерство на світовому страховому ринку. Вони не можуть сподіватись на взаємовигідне партнерство у міжнародному співтоваристві.

Тому перед Україною постала проблема вироблення стратегічних орієнтирів у сфері страхування, що дозволить максимально швидко та ефективно адаптуватися до глобальних змін. У цьому контексті наукове дослідження сучасної світової практики і новітніх тенденцій у страхуванні дасть змогу виділити шляхи першочергової модернізації страхового ринку.

Основними ознаками, що характеризують розвиток страхового ринку на сучасному етапі розвитку слід виділити наступні:

- встановлення тісних взаємозв'язків між національними ринками на базі створення єдиного культурного, інформаційного та економічного простору;
- запровадження міжнародних стандартів страхування;
- уніфікація процесів страхування;

- використання передових технологій страхування та впровадження їх на національних ринках менш розвинених країн світу;
- формування та поширення міжнародних інформаційно-комунікаційних систем як техніко-технологічної бази для розширення меж страхового бізнесу;
- створення нових інтегрованих інститутів страхування міжнародного рівня.

Із здобуттям незалежності перед Україною відкрилися нові перспективи виходу на міжнародний страховий ринок. Саме в цей період відбуваються процеси стрімкого зростання кількості страхових компаній, упорядкування нормативно-правового забезпечення відповідно до міжнародних вимог, впровадження систем рейтингування страхових компаній за результатами їх діяльності. Це свідчить про прагнення національних страховиків посилити конкурентні позиції і стати повноправними учасниками світового ринку.

В міжнародному страховому середовищі спрямованість внутрішнього контуру вітчизняного страхового ринку на досягнення його конкурентоспроможності зумовлює необхідність розв'язання цілої низки проблемних питань макроекономічного характеру, які виходять за межі функцій страхової діяльності.

Вважаємо, що вирішення проблемних питань розвитку вітчизняного страхового ринку і забезпечення його конкурентоспроможності варто шукати у площині удосконалення внутрішніх соціально-економічних і фінансових відносин між усіма учасниками страхових процесів, раціонального використання внутрішніх резервів страхового бізнесу та ефективного використання його результатів в реальному секторі економіки.

Напрями модернізації вітчизняного страхового ринку варто досліджувати в контексті концептуальних засад модернізації національної економіки України, орієнтуючись на власні ресурсні можливості, зважаючи на можливі зміни у зовнішньоекономічному середовищі.

## **ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИБОРУ СТРАТЕГІЇ ІНТЕГРАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ ЕКОНОМІКИ**

**А.О. Гуторов**, канд. екон. наук  
*ННЦ «Інститут аграрної економіки» НААНУ*

Процес визначення довгострокових цілей підприємства та плану заходів щодо їх впровадження являє собою стратегію. Серед багатьох видів стратегій підприємств одними з найбільш комплексних є інтеграційні. Цілі стратегічної взаємодії підприємств в аграрному секторі економіки визначаються мінливістю виробничої і галузевої структури, параметрами галузевого розвитку та ринковою владою підприємства-інтегратора тощо. Зважаючи на те, що інтеграційні відносини здебільшого охоплюють підприємства з різних секторів економіки, їхні цілі, з одного боку, визначаються окремо для кожного учасника об'єднання, з іншого боку, повинні узгоджуватися із загальними цілями інтегративного формування для забезпечення реалізації спільних інтересів. Утворені в процесі інтеграції афілійовані особи – стратегічні бізнес-одиниці, як

свідчить практика діяльності агрохолдингів, реалізують класичні стратегії фокусування на ринкових нішах, лідерства за ринковою долею, технологічного лідерства. У цей час материнські компанії прагнуть мінімізувати ризики, досягти прийняттого рівня грошових потоків від бізнес-одиниць з подальшою мінімізацією податкових виплат, забезпечити максимальний синергійний ефект від інтеграційної взаємодії, максимізувати рентні ефекти тощо. У такому аспекті стратегії інтеграції відрізняються між собою за ступенем охоплення (розмахом), рівнем, стадією та формою.

Аналіз стратегічних наборів інтегрованих агропромислових формувань свідчить, що великі підприємства застосовують здебільшого дві ключові стратегії для своїх підрозділів – лідерства та фокусування (концентрації). Стратегія лідерства тут можлива у варіаціях цінового, якісного та ринкового залежно від вихідних передумов і конкурентних позицій підприємства та материнської компанії в цілому. Загалом же, лідерство досягається шляхом розширення місткості галузевого товарного ринку, підвищення долі на ринку, захисту своїх конкурентних позицій та досягнення найменшого в галузі рівня цін на продукцію. Стратегія концентрації розглядається агрохолдингами з позицій перш за все лідерства за витратами у вузькому продуктовому сегменті, а вже потім як можливості для товарної, іміджевої чи сервісної диференціації, що обумовлюється обмеженими можливостями товарної номенклатури сільськогосподарської продукції та продуктів її переробки.

Діяльність суб'єктів аграрного господарювання здійснюється під впливом значної кількості ризиків та галузевих особливостей, які визначають характер виробничого процесу, впливають на ринкову кон'юнктуру і ефективність. У такому разі вибір стратегії інтеграційної взаємодії залежить від рівня стабільності чи волатильності конкурентних умов на товарному ринку.

Виходячи зі стратегій інтеграційної взаємодії повної інтеграції, квазі-інтеграції, звужувальної інтеграції, не-інтеграції та афіліації [1], а також факторів зовнішнього середовища: стан конкуренції на ринку та ринкова влада компанії, нами були запропоновані наступні засади вибору стратегій, табл. 1.

*Таблиця 1*

**Теоретичні засади вибору стратегій інтеграційної взаємодії в АПК**

		Конкурентні умови				Стратегічні цілі	
		Волатильні	Стабільні			Лідерство	Фокусування
Ринкова влада	Висока	Квазі-інтеграція Звужувальна інтеграція	Звужувальна інтеграція Квазі-інтеграція, Не-інтеграція	Вплив фірми на ринок	Висока	Квазі-інтеграція	Звужувальна інтеграція Квазі-інтеграція
	Низька	Квазі-інтеграція Повна інтеграція	Звужувальна інтеграція Афіліація		Низька	Звужувальна інтеграція Повна інтеграція	Афіліація Повна інтеграція

Джерело : розроблено автором

## ЛІТЕРАТУРА:

1. Gutorov, A.O. Conceptual framework of strategies for vertical integration in agrarian sector of the economy / A.O. Gutorov // Вісник Харківського національного аграрного університету ім. В. В. Докучаєва; Сер. «Економічні науки». – 2014. – № 7. – С. 309-315.

## ПРОЦЕС ВИБОРУ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ХЛІБОПЕКАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

С.П. Дунда, канд. екон. наук  
*Національний університет харчових технологій*

Управління на хлібопекарських підприємствах залежить від вибору стратегії та перспектив розвитку на основі багатьох складових, які відображені на схемі процесу вибору стратегії розвитку хлібопекарського підприємства (рис. 1).



Рис. 1. Схема процесу вибору стратегії розвитку хлібопекарського підприємства

Джерело : розроблено автором

Процес вибору стратегії складний, багатоетапний і включає визначені в ході дослідження п'ять етапів. Перший етап визначає конкретний кінцевий стан, до якого прагне підприємство, і фіксується у вигляді його цілей.

Для хлібопекарських підприємств цілями розвитку можуть бути одержання прибутку, підвищення ефективності діяльності, конкурентоспроможності підприємства та товару, збільшення частки ринку, розширення масштабів розвитку. Цілі не лише встановлюють стратегічні орієнтири роботи підприємств хлібопекарської галузі, але й визначають рівень необхідного для їх досягнення потенціалу. Цілями стратегії є перетворення

організаційних, інформаційних, кадрових, комунікаційних, матеріальних і технологічних ресурсів.

На етапі інформаційного забезпечення необхідно визначитися з періодом, за який буде проведено дослідження, зібрати інформацію щодо зовнішнього та внутрішнього середовища хлібопекарського підприємства на основі принципів достовірності, повноти, конфіденційності, цілісності, доступності.

Аналітичний етап визначає аналіз процесу вибору стратегії розвитку хлібопекарського підприємства, який включає в себе визначення стану зовнішнього та внутрішнього середовищ для виявлення сильних та слабких сторін в діяльності підприємства, можливостей та загроз зовнішнього середовища. Зовнішній аналіз дозволить сформулювати стратегічні альтернативи для хлібопекарських підприємств галузі. Потребують вивчення сили впливу факторів на діяльність хлібопекарських підприємств, таких як: економічні, правові, науково-технічний прогрес та соціально-демографічні, політичні, рівень споживання продукції, ресурсозабезпеченість підприємств галузі, конкурентоспроможність підприємств галузі та її інновативність.

Вплив факторів внутрішнього середовища на розвиток підприємства можна визначати за допомогою кореляційно-регресійного аналізу на підприємствах хлібопекарської галузі.

На етапі аналізу важливою є оцінка ризиків: стратегічних, ринкових, фінансових, ліквідності, виробничих, майнових, страхових, технічних, інвестиційних, цінових. Управління ризиками дозволить раціонально забезпечити баланс витрат ресурсів, інтенсивності заходів з управління ризиками та іншими напрямками виробничо-господарської діяльності. В управлінні доцільно досліджувати ризик цілей підприємства, визначення способів і засобів їх досягнення, ризик маркетингу та менеджменту. Хлібопекарські підприємства можуть зазнати ризиків планування, організації, мотивації та контролю; ризиків конфіденційності; ризиків управління конфліктом. На етапі аналізу важливо виміряти ресурсний потенціал підприємства, що дозволить оцінити можливості підприємства відносно поставлених цілей; конкурентного стану на ринку хлібної продукції; є підставою для формування стратегій розвитку; визначити альтернативні підходи до досягнення підприємством максимальної ефективності. Для ефективного встановлення взаємозв'язків між позитивними й негативними тенденціями зовнішнього середовища та сильними й слабкими сторонами хлібопекарського підприємства рекомендуємо використовувати SWOT-аналіз, який є інструментом стратегічного управління і дозволяє: систематизувати знання про внутрішні та зовнішні фактори, визначити конкурентні переваги та сформулювати стратегічні пріоритети, періодично діагностувати ринок та ресурси підприємства.

На етапі оцінки розвиток хлібопекарського підприємства вимірюють шляхом визначення інтенсивності, масштабів та результативності розвитку. За допомогою цих показників проводиться оцінка управління на основі побудови моделі стратегічного вибору напрямків розвитку підприємства і визначається на її основі рівень ефективності управління.



Вибір стратегії розвитку підприємства полягає у передбаченні створення стратегічних сценаріїв, тобто прогнозуванні, передбаченні, врахуванні альтернатив, імовірного ходу подій. Він може формулюватись як прогноз, аналітичний проект, гіпотеза, припущення і повинен мати такі параметри: цілі, ресурси, які забезпечують досягнення встановлених цілей, технологічні характеристики підприємства.

Таким чином, будь-яка з обраних стратегій розвитку підприємства націлена на досягнення головної мети – одержання прибутку. Так, використання стратегій зростання буде сприяти розширенню ринку, підвищенню конкурентоспроможності, збільшенню потенціалу та економічної безпеки хлібопекарських підприємств, що в цілому призведе до підвищення ефективності їх діяльності й одержання прибутку.

## **НАПРЯМИ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

**Г.Ф. Ємцева**

*Національний університет харчових технологій*

Переробна промисловість – один із один з основних секторів вітчизняної економіки. Її функціонування справляє вагомий вплив на економічний потенціал України, рівень продовольчої безпеки держави, на стабільне забезпечення населення незамінними продуктами харчування в межах існуючих норм споживання. Значне місце серед переробних галузей займає молочна галузь, яка також є стратегічно важливою для економіки України. У загальному обсязі харчової промисловості її частка стабільно залишається високою і у 2013 р. склала приблизно 14% (для порівняння: м'ясна промисловість – 12,8%, кондитерська – 6%), а частка в експорті продукції АПК складає 3% [1].

Україна має всі можливості для збільшення обсягів експорту тваринницької продукції на світові ринки. Молочний підкомплекс АПК може і повинен бути одним з найбільш конкурентоздатних у світі. Конкурентоспроможність підприємств молочного підкомплексу залежить від технологічних чинників (стан та розвиток племінної роботи та кормової бази, умови зберігання і транспортування, техніко-технологічний рівень підприємств з переробки сировини тощо), природних умов та жорсткості екологічного законодавства, ресурсного потенціалу, організаційно-економічних (розвиток інфраструктури ринку, рівень організації виробництва, кредитно-грошова та податкова політика держави), а також якості взаємовідносин ринкових суб'єктів (сільськогосподарських виробників, молокопереробних підприємств та інших учасників ринку), простоти процедури імпорту тощо. Саме тому вже зараз, для забезпечення поставок молочної продукції на світові ринки у майбутньому, треба визначати стратегію розвитку молочного підкомплексу АПК, працювати над поліпшенням якості та безпечності продукції на всіх технологічних етапах її створення з метою її доведення до відповідності вимогам світових стандартів.

Однак, на теперішній день, вітчизняна практика щодо державного регулювання діяльності молочного підкомплексу свідчить про його неефективність та недостатність і тому. вирішення питань доцільності та змісту державної підтримки є дуже актуальним. На нашу думку загрозами щодо розвитку молокопереробної галузі, які підлягають державному регулюванню, є:

- низька конкурентоспроможність вітчизняної продукції на ринку Європи через її недостатню якість та високу собівартість сировини, що суттєво ускладнює експорт продукції та зумовлює зростання імпорту;

- збільшення на внутрішньому ринку частки імпортової молочної продукції виробництва країн ЄС та Білорусі у всіх секторах попиту – від елітних продуктів до формально безпечних (виробів найнижчих цінкових груп). Як наслідок, можливе подальше падіння обсягів виробництва вітчизняної молочної продукції та банкрутство неконкурентоспроможних підприємств підкомплексу;

- відсутність гармонізації законодавства України, що регламентує діяльність підприємств молочного підкомплексу з законодавством ЄС. І хоча, у зв'язку з жорсткою конкуренцією на ринку молока та молочної продукції ЄС, конкурентними на ньому зможуть стати тільки деякі категорії вітчизняних молочних продуктів, однак забезпечення відповідності вітчизняної молочної продукції європейським вимогам створить для неї позитивний імідж, що полегшить вихід на ринки інших країн світу;

- можливе зниження або повне зняття захисних бар'єрів вітчизняного ринку молочної продукції від імпорту;

- в умовах глобалізації світового молочного ринку існують реальні загрози для малопотужних виробників молочної сировини та молочної продукції, які в короткий термін не можуть забезпечити техніко-технологічне переозброєння та модернізацію матеріально-технічної бази, підвищити якість власної продукції;

- недостатня діяльність держави щодо створення сприятливого інвестиційного клімату, у тому числі за рахунок залучення приватних інвестицій, з метою поліпшення матеріально-технічної бази підприємств, що займаються молочним скотарством;

- сезонність постачання молочної сировини та нестабільність її якості.

#### **ЛІТЕРАТУРА:**

1. Ємцев, В.І. Стан, проблеми та перспективи розвитку підприємств АПК України в умовах нецінової конкуренції світового ринку / В.І. Ємцев // Переробні галузі АПК. – 2015. – №3. – С. 3-8.

### **ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ МЕХАНІЗМУ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ**

**О.Г. Занозовська**

*Національний університет харчових технологій*

Стратегія розвитку передбачає визначення кількісних та якісних параметрів розвитку підприємств, вибір на основі можливих альтернатив

оптимальних заходів їх досягнення. Важливість розробки механізму реалізації стратегії розвитку підприємств харчової промисловості в Україні посилюється в сучасних умовах невизначеності економічної та політичної ситуації. Оскільки на сучасному етапі саме харчова промисловість є однією з найбільш інвестиційно привабливих галузей. Як показав аналіз, в дослідженнях деякі аспекти механізму реалізації стратегії розвитку підприємств харчової промисловості не достатньо повно розглянуті, тому виникає необхідність визначення його сутності, складових, важелів та інструментів.

Розробка механізму реалізації стратегії розвитку підприємств харчової промисловості дозволить підвищити ефективність їх діяльності. Для визначення та обґрунтування економічного змісту поняття «механізм реалізації стратегії розвитку підприємства», необхідно дати визначення основних категорій, які формують це поняття. Для трактування економічної сутності категорії «механізм» проаналізуємо визначення цього поняття вітчизняними та зарубіжними вченими. В Сучасному економічному словнику під «господарським механізмом» розуміється сукупність організаційних структур і конкретних форм і методів управління, а також правових норм, за допомогою яких реалізуються діючі в конкретних умовах економічні закони, процес відтворення [1]. За [2] «механізм» – це послідовність станів, процесів, які визначають собою які-небудь дії, явища, система, пристрій, який визначає порядок якого-небудь виду діяльності. Характерними ознаками, що найчастіше вживаються при трактуванні цієї категорії є «форми, методи, система, способи організації, управління». Слово «стратегія» етимологічно походить з давньогрецької мови: *stratos* – армія, *agos* – я управляю. Стратегію розуміють як встановлений набір напрямів діяльності (цілей і способів їх досягнення), що передивляється, для забезпечення стійкої відмінності і прибутковості [3, с. 57]; як комбінацію із запланованих дій і швидких рішень з адаптації до нових досягнень промисловості і нової диспозиції на полі конкурентної боротьби [4, с. 44]; виважений вибір відмінного від інших набору дій для доставки споживачам унікальних вигід [5, с. 83].

Етап реалізації стратегії є заключним у формуванні стратегії і чи не найскладнішим з усіх, оскільки від того, чи вдало реалізована стратегія залежить розвиток підприємства у довгостроковому періоді. На етапі реалізації стратегії обов'язковим елементом є перевірка відповідності певним критеріям, що були визначені на етапі планування. Якщо спостерігаються відчутні відхилення від поставлених цілей, необхідно переглянути їх, чи є вони досяжними, чи може, в процесі реалізації відбулися зміни у внутрішньому чи зовнішньому середовищі.

Таким чином, при розробці та вдосконаленні механізму реалізації стратегії підприємствами харчової промисловості, необхідно враховувати всі його елементи.

#### ЛІТЕРАТУРА:

1. Райзберг, Б.А. Современный экономический словарь / Б.А. Райзберг, Л.Ш. Лозовський, Е.Б. Стародубцева. – [5-е изд., перераб. и доп.]. – М. : ИНФРА-М, 2007. – 495 с.

2. Краткий экономический словарь : 7500 терминов / Азрилиян А.Н. Азрилиян О.М. Калащникова Е.В. Мещерякова О.В. ; Под ред. А.Н. Азрилияна. – М. : Ин-т новой экономики, 2001. – 1088 с.

3. Наливайко, А.П. Теорія стратегії підприємства. Сучасний стан та напрямки розвитку : Монографія. / А.П. Наливайко. – К. : КНЕУ, 2001. – 227 с.

4. Томпсон, А.А. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии: учебник для вузов / А.А. Томпсон, А.Дж. Стрикленд. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 577 с.

5. Портер, М. Конкурентная стратегия: методика анализа отраслей и конкурентов / Майкл Е. Портер; Пер. с англ. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2005. – 454 с.

## **СТРУКТУРНІ ТРАНСФОРМАЦІЇ І СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ**

**Д.Ф. Крисанов**, д-р екон. наук

*Національний університет харчових технологій*

З початку 2000-их років – започаткування виходу «з дна рецесії» – в харчовій промисловості відбулися значні структурні, галузеві, територіальні й інші трансформації. Вони були зумовлені низкою чинників, зокрема:

а) диспропорціями в розміщенні й тенденціях розвитку сировинних і переробних галузей продовольчого комплексу;

б) започаткуванням та поширенням на аграрний сектор процесів глобалізації, інтернаціоналізації та євроінтеграції;

в) нарощуванням обсягів прямих іноземних інвестицій в аграрну сферу (з початку 2001 по 2015 рр. зросли вчетверо – до чотирьох млрд. дол. США);

г) адаптацією національної системи технічного регулювання до європейської моделі ринкового нагляду, що спонукало підприємців до визначення із перспективою виробництва, а саме: модернізації, підтримки задля тривалої експлуатації залишкового ресурсу потужностей, прискореного використання виробничих можливостей;

д) завершенням руйнації матеріально-технічної бази підприємств, які не спромоглися при виході із рецесії сформувати власну «сировинну зону», відновити експлуатацію виробничих потужностей, а також зміцнити свою «нішу» на продуктовому ринку та ін.

Зазначені трансформації найвиразніше проявилися через зміну кількісних характеристик, які наведені в табл. 1. Серед них: кількість підприємств зменшилася майже на третину, тому числі великих і середніх – удвічі, чисельність штатних працівників скоротилася на чверть, водночас вартість основних засобів (ОЗ) зросла більше ніж у п'ятеро, хоча при цьому їх зношеність підвищилася на 6,3 пп (до 48,5%). Це свідчить про переважання процесів зношення на відтворенням ОЗ, про накопичення застарілого і проамортизованого основного капіталу. Про масштаби структурних зрушень може свідчити динаміка співвідношення вартостей ОЗ (в мільйонах гривень) між основними складовими харчової промисловості:

$$OZ = XП + H + ТВ = 16540 + 4133 + 781 = 0,771 : 0,193 : 0,036 \text{ (2001 р.)}$$

$$OZ = XП + H + ТВ = 82552 + 29132 + 5092 = 0,707 : 0,249 : 0,044 \text{ (2013 р.)}$$

Таблиця 1

### Структурні трансформації промисловості по виробництву харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів

Найменування показників	2001	2006	2010	2011	2012	2013	2013 до	
							2001	2010
1. Кількість підприємств, од.	9079	8379	6551	6559	5768	6407	70,6	97,8
2. З них великих та середніх, од.	2398	2305	1358	1353	1278	1215	50,7	89,5
3. Вартість основних засобів, млн. грн.	21454	50263	91985	96507	105700	116776	5,5 р.б.	127,0
- зношеність основних засобів, %	42,2	48,4	45,1	46,5	47,2	48,5	+6,3	+3,4
з них за розділами:								
а) 10. Виробництво харчових продуктів, млн. грн.	16540	38286	66309	66913	74155	82552	5,0 р.б.	124,5
- зношеність основних засобів, %	55,6	52,1	45,2	45,6	46,6	47,0	-8,6	+1,8
б) 11. Виробництво напоїв, млн. грн.	4133	9744	22025	25540	27274	29132	7,0 р.б.	132,3
- зношеність основних засобів, %	36,4	38,4	44,5	50,5	53,1	55,1	+18,7	+10,6
в) 12. Виробництво тютюнових виробів, млн. грн.	781	2233	3651	4054	4271	5092	6,5 р.б.	139,5
- зношеність основних засобів, %	26,2	28,7	35,4	35,9	37,7	36,3	+10,1	+0,9
4. Чисельність штатних працівників, тис. осіб, у т.ч.:	548,5	566,7	417,9	425,7	415,2	402,4	73,2	96,4
- на великих та середніх підприємствах, тис. осіб	478,6	520,0	369,6	380,0	373,0	358,6	74,9	97,0
- на малих підприємствах, тис. осіб	69,9	46,7	48,3	45,7	42,2	43,8	62,6	90,7

Джерело : складено та розраховано автором за [1; 2, с. 98; 3, с. 141-150]

Зазначимо, що у 2014 р. на підприємствах харчової промисловості були зареєстровані нижче зазначені системи управління (менеджменту):

– *ISO серії 9000* (остання українська версія *ДСТУ ISO 9001 : 2009*) – серія міжнародних стандартів, в яких систематизовані вимоги до систем менеджменту якості організацій і підприємств (системи управління якістю). Впроваджено (і сертифіковано) та в стадії розробки і впровадження відповідно налічується систем 385 і 29 од.;

– *ISO серії 14000 (ДСТУ ISO 14001-97)* – системи екологічного менеджменту (системи управління безпечністю навколишнього середовища). Впроваджено (і сертифіковано) та в стадії розробки і впровадження відповідно налічується систем 12 і 7 од.;

– *НАССР (ДСТУ 4161-2003)* – аналіз небезпечних чинників та критичні точки контролю (системи управління безпечністю харчових продуктів. Вимоги). Впроваджено (і сертифіковано) та в стадії розробки і впровадження відповідно налічується систем 202 і 60 од.;

– *ISO 22000 : 2005 (ДСТУ ISO 22000: 2007)* – системи управління безпечністю харчових продуктів. Вимоги до будь-яких організацій харчового

ланцюга. Впроваджено (і сертифіковано) та в стадії розробки і впровадження відповідно налічується систем 278 і 66 од.

Загалом, функціональні системи управління сертифіковані на 574 підприємствах, а в стадії впровадження на 97 (у сукупності на 671 підприємстві). Згідно із статистикою за 2013 р. по харчовій промисловості прозвітувалися 6407 суб'єктів господарювання, з них великих 89 і середніх 1126 (усього 1215) підприємств. Отже, майже 45% з них – це група виробників-потенційних кандидатів для впровадження функціональних системи управління. Але ж які перспективні стратегії доцільно обирати підприємствам, враховуючи активізацію євроінтеграційних процесів?

Підписання Угоди про асоціацію Україна-ЄС (УА-2014) у минулому році та близьке завершення її ратифікації (уже 14 країн схвалили) у нинішньому поставили національне господарство, а особливо аграрний сектор, перед значною низкою доволі потужних сучасних викликів. Один із основних серед них: гостра необхідність переходу на європейську модель ринкового нагляду. У цьому процесі держава в особі органів державного ринкового нагляду приймає участь як суб'єкт контролю за дотриманням вимог безпечності та якості агрохарчової продукції, яка надходить на продовольчі ринки. Водночас, підприємства аграрного сектора, тобто, сільського господарства і харчової промисловості, як продуценти, повинні забезпечити її виробництво з дотриманням нормативних показників безпечності та якості. Держава ще з 1998 р. проводить різнопланову роботу по гармонізації та адаптації національної системи технічного регулювання до принципів та вимог, що запроваджені в країнах-членах ЄС, з метою переходу на європейську модель ринкового нагляду.

За таких умов головне завдання підприємств аграрного сектора полягає в тому, щоб гарантувати надходження на ринки безпечної та якісної агрохарчової продукції. У цьому зв'язку можна виділити наступні основні стратегії перспективного розвитку підприємств:

– оскільки, за оцінками вітчизняних фахівців, в Україні реально функціонує лише близько 20% систем менеджменту, тобто їх впровадження носить більшою мірою формальний характер, то підприємствам, де зазначені системи сертифіковані, виправдано запропонувати такі стратегії: а) збереження і закріплення позитивного іміджу виробника безпечної та якісної продукції, що гарантовано сертифікацією систем менеджменту міжнародними центрами сертифікації (МЦС); б) модернізації виробництва та підвищення якості персоналу на підприємствах, де функціонують сертифіковані в національних центрах сертифікації (НЦС) системи менеджменту, з метою їх виведення на вищий рівень досконалості, а також наступної сертифікації в МЦС;

– для підприємств, на яких відсутні сертифіковані системи менеджменту, найдоцільнішими будуть наступні перспективні стратегії розвитку: а) модернізація виробничих потужностей та підвищення кваліфікації персоналу підприємств з метою впровадження систем менеджменту та їх сертифікації в МЦС; б) підтримка діючого виробництва з метою використання залишкового потенціалу при збереженні орієнтації на внутрішній ринок у перехідному

періоді; в) зупинка виробництва унаслідок недоцільності його модернізації з технічних причин.

### **ЛІТЕРАТУРА:**

1. Матеріали Державної служби статистики України за 2001 та 2006 рр. [Електронний ресурс] / Офіційний сайт. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.

2. Діяльність суб'єктів господарювання : 2013 : Стат. збірник / За ред. М.С. Кузнецова, Відп. за вип. О.М. Колпакова. – К. : ТОВ вид-во «Консультант», 2014. – 474 с.

3. Діяльність суб'єктів великого, середнього, малого та мікропідприємництва : 2013 : Стат. збірник / За ред. М.С. Кузнецова, Відп. за вип. О.М. Колпакова. – К. : ТОВ вид-во «Консультант», 2014. – 498 с.

### **СТРАТЕГІЧНИЙ АЛЬЯНС ЯК ФОРМА КОНСОЛІДАЦІЇ КАПІТАЛУ НАУКОМІСТКИХ ПІДПРИЄМСТВ**

**Т.А. Нікітіна**, канд. екон. наук

*Національний університет харчових технологій*

Актуальність наукового дослідження пов'язана з визначенням доцільної форми консолідації капіталу наукомісткого підприємства.

Основним мотивом щодо здійснення консолідації, для наукомісткого підприємства є одержання синергетичного ефекту. Найбільш доцільною формою консолідації капіталу для наукомістких підприємств є створення стратегічного альянсу (СА). Стратегічний альянс як форма інтеграції різних видів капіталу, об'єднує господарюючі суб'єкти не на основі права власності, а на основі договірних зобов'язань, що обумовлені відповідними угодами про співробітництво в різних галузях. У сфері наукомісткого виробництва, стратегічні альянси надають можливість підприємствам – учасникам одержувати конкурентні переваги за рахунок доступу до різноманітних ресурсів партнерів по консолідації. Це дозволяє зосередити зусилля на інноваціях та уникнути відставання у технологічному плані, що може виникнути при застосуванні інших, менш гнучких форм консолідації.

Основною метою наукомістких підприємств, при створенні СА, є розширення своїх технологічних та операційних можливостей. Об'єднання у СА, надає можливість за короткий час підвищити продуктивність праці, не витрачаючи власні ресурси. Отже, підприємства – учасники СА отримують можливість сконцентруватися на інноваціях, що в свою чергу, сприятиме підвищенню їх конкурентоздатності. Окрім цього, СА створюються на договірній основі, а не на основі права власності, і тому підприємства – учасники не втрачають свою стратегічну самостійність і для них пріоритетними є власні інтереси.

В залежності від мети що прагнуть досягти підприємства, СА може укладатися у різних видах (табл. 1).

Особливістю управління СА є паритет сторін в управлінні, контролі за діяльністю підприємства та у стратегічному плануванні. Паритет в управлінні,

дозволяє кожному з партнерів діставати найбільшу вигоду від спільної діяльності та сприяє розвитку ділового співробітництва.

Якщо, стратегічно передбачається співпраця на довгострокову перспективу, то така форма консолідації капіталу як СА може розглядатися у якості випробної форми, метою якої є визначення певного оптимального співвідношення між стратегічною потребою у взаємозалежності та збереженням автономності партнерів.

Звичайно, СА як форма консолідації капіталу не є досконалою. При здійсненні стратегічного альянсу, особливо у наукоміській галузі, виникають ризики передачі власних технологій партнеру-конкуренту та їх несанкціоноване використання.

*Таблиця 1*

**Коротка характеристика основних видів СА підприємств**

Види стратегічних альянсів	Коротка характеристика
Горизонтальні	Складаються між підприємствами з однаковим ступенем виробничого процесу та/або між тими, що виробляють однорідні товари та послуги
Вертикальні	Складаються з постачальниками комплектуючих виробів та послуг, з підприємствами що знаходяться на різних вертикально взаємопов'язаних ланках виробничого процесу
З дистриб'юторами або замовниками	Довгострокове співробітництво з дистриб'юторами або з основними споживачами продукції партнерів стратегічних альянсів
Спорідненні диверсифіковані	Складаються між підприємствами що виробляють взаємодоповнюючі та взаємозамінні товари та послуги
Перспективні диверсифіковані	Складаються між підприємствами, що діють у первісно не пов'язаних між собою галузях, між якому потенційно може бути або вже відбувається, як правило через інновації, нівелювання кордонів

Джерело : складено автором за [1, с. 64-65]

Також, до ризиків при здійсненні консолідації капіталу наукомісткими підприємствами, можна віднести наступні. По перше, політичні ризики – обумовлені міжнародним характером консолідації капіталу, і можуть виникнути як у вітчизняних так і у іноземних підприємств, з якими відбувається консолідація. По друге, ринкові ризики – обумовлені ринковою невизначеністю та можливими відмовами від спільної діяльності підприємств, що беруть участь в консолідації, та ін. По третє, організаційні ризики – обумовлені консолідацією великої кількості підприємств, що беруть участь в проекті. По четверте, виробничо-технічні ризики – обумовлені збоями в діяльності і можливими втратами при впровадження нових технологій.

Отже, для мінімізації ризиків наукомісткого підприємства що виникають



при консолідації капіталу пропонуємо: проводити заходи що до відбору підприємств – учасників консолідації, з врахуванням специфіки країни – базування даного підприємства; здійснювати детальне прогнозування необхідних витрат та інвестицій що виникнуть при проведенні консолідації; потрібен прогнозний розрахунок отриманих вигод від здійснення консолідації, в тому числі і песимістичний прогноз.

В залежності від того який економічний ефект бажано досягнути при здійсненні консолідації капіталу у формі СА, обирається певний вид стратегічного альянсу. Вибір на користь того чи іншого виду стратегічного альянсу, залежить від етапу створення інноваційного продукту.

#### **ЛІТЕРАТУРА:**

1. Костицький, В.В. Закон перманентної концентрації капіталу: Економічна історія та українські реалії [Текст] / В.В. Костицький. – К.: Ін-т законодавчих передбачень і правової експертизи, 2003. – 198 с.

### **ГЛОБАЛЬНІ РИЗИКИ: ВПЛИВ НА ЕКОНОМІКУ УКРАЇНИ**

**О.В. П'янкова**, канд. екон. наук

*Національний університет харчових технологій*

Посилення глобалізації актуалізує питання впливу загальносвітових тенденцій розвитку та глобальних ризиків на економіку України, її галузей та окремих підприємств.

Серед тенденцій 2015 року, що визначають глобальні ризики, тобто впливають на їх поглиблення та / або мінімізацію, доречно відзначити: старіння населення; зміну клімату; погіршення навколишнього середовища; зростання середнього класу в країнах з економікою, що розвивається; підвищення національної свідомості; зростаючу поляризацію спільнот; загострення хронічних захворювань; поширення доступу до інтернету; зростання географічної мобільності; розшарування населення за доходами; поглиблення урбанізаційних процесів; послаблення міжнародного управління.

Під ризиком як економічною категорією розуміють імовірність (можливість) настання або ненастання події, що призведе до негативного впливу, адже ризик віддзеркалює особливості управління, прийняття рішень в умовах можливих загроз або невикористаних можливостей.

Глобальний ризик визначають як подію, що за умови її виникнення, матиме значний негативний вплив на регіони світу та групи країн протягом найближчого десятиріччя.

Питанням глобальних ризиків присвячена щорічна доповідь, що представлена на Всесвітньому економічному форумі 10 раз поспіль. Метою дослідження є: виявлення, пом'якшення, запобігання ризикам або підвищення стійкості проти них. Всі ризики об'єднані за п'ятьма групами: економічні, соціальні, геополітичні, екологічні та технологічні. Ризики досліджуються відповідно до ймовірності їх настання та сили впливу.

П'ятірка найбільш ймовірних ризиків відповідно до дослідження глобальних ризиків представлена у табл. 1, за ступенем впливу – у табл. 2.

Таблиця 1

## П'ятірка глобальних ризиків за імовірністю виникнення, 2007-2015 рр.

Роки	Глобальні ризики				
2007	поширення негативних тенденцій	хронічні захворювання в розвинених країнах	нафтова криза	загроза економіці Китаю	падіння цін активів
2008	падіння цін активів	нестабільність на Близькому Сході	геополітичні невдачі	стрибок цін на нафту та газ	хронічні захворювання в розвинених країнах
2009	падіння цін активів	уповільнення економіки Китаю	хронічні хвороби	прогалини глобального управління	уповільнення глобалізаційних процесів
2010	падіння цін активів	уповільнення економіки Китаю	хронічні хвороби	фіскальна криза	прогалини глобального управління
2011	метеорологічні катастрофи	гідрологічні катастрофи	корупція	втрата біоресурсів	кліматичні катастрофи
2012	розшарування населення за доходами	хронічних дисбаланс бюджету	зростання викидів парникових газів	кібератаки	криза водопостачання
2013	розшарування населення за доходами	хронічних дисбаланс бюджету	зростання викидів парникових газів	криза водопостачання	непропорційне старіння населення
2014	нерівність доходів	екстремальні погодні явища	безробіття та неповна зайнятість	зміна клімату	кібератаки
2015	міждержавні конфлікти з регіональними наслідками	екстремальні погодні явища	падання національного управління	розпад держав та криза	високий рівень безробіття та неповної зайнятості

Джерело : узагальнено автором за [1-2]

Таблиця 2

## П'ятірка глобальних ризиків за ступенем впливу, 2007-2015 рр.

Роки	Глобальні ризики				
1	2	3	4	5	6
2007	падіння цін активів	уповільнення глобалізації	міждержавні та громадянські війни	пандемія	нафтова криза
2008	падіння цін активів	уповільнення глобалізації	уповільнення економіки Китаю	стрибок цін на нафту та газ	пандемія
2009	падіння цін активів	уповільнення глобалізації	стрибок цін на нафту та газ	хронічні хвороби	фіскальна криза
2010	падіння цін активів	уповільнення глобалізації	стрибок цін на нафту	хронічні хвороби	фіскальна криза

1	2	3	4	5	6
2011	фіскальна криза	кліматичні катастрофи	геополітичні конфлікти	падіння цін активів	висока волатильність цін на енергоносії
2012	системна фінансова криза	криза водопостачання	продовольча криза	хронічних дисбаланс бюджету	висока волатильність цін на енергоносії та с/г продукцію
2013	системна фінансова криза	криза водопостачання	хронічний дисбаланс бюджету	поширення зброї масового знищення	складнощі адаптації до кліматичних змін
2014	фіскальна криза	зміна клімату	криза водопостачання	безробіття та неповна зайнятість	поширення негативних тенденцій
2015	криза водопостачання	стрімке розповсюдження інфекцій	зброя масового знищення	міждержавні конфлікти з регіональними наслідками	складнощі адаптації до кліматичних змін

Джерело : узагальнено автором за [1-2]

Серед найактуальніших глобальних ризиків 2015 року експертами названі: міждержавні конфлікти з регіональними наслідками, екстремальні погодні явища, падання національного управління, розпад держав та криза, високий рівень безробіття та неповної зайнятості.

Серед глобальних ризиків, що є найбільш впливовими у 2015 році, відзначено: кризу водопостачання, стрімке розповсюдження інфекційних хвороб; зброю масового знищення; міждержавні конфлікти з регіональними наслідками, складнощі адаптації до кліматичних змін.

Глобальні ризики, що представлені у таблицях, притаманні й Україні. Саме тому економіка в цілому та окремі підприємства зокрема мають зважати на них та розробляти превентивні заходи ризик-менеджменту, серед яких: виявлення, оцінка, профілактика, страхування ризиків.

Географічна складова дослідження дозволяє сконцентрувати увагу на глобалізаційних ризиках, що притаманні окремому регіону світу [2].

Для країн Європи, в тому числі й України, характерним є: безробіття або неповна зайнятість; значна міграція; глибока соціальна нестабільність. Середньозахідній та Північній Африці загрожує криза водопостачання; соціальна нестабільність та міждержавні конфлікти. Народи, котрі проживають на південь від Сахари, можуть зазнати впливу безробіття або неповної зайнятості; продовольчої кризи; поширення інфекційних хвороб. Для Північної Америки є характерними ризики кібератак; погіршення інфраструктури; складнощі адаптації до змін клімату. Країни Латинської Америки з високою ймовірністю відчують глибоку соціальну нестабільність, крах національного управління. Глобальними ризиками для Центральної Азії, в тому числі Росії, стануть обвал цін на енергоносії; терористичні атаки; міждержавні конфлікти.

Для країн Східної Азії та Тихоокеанського регіону є характерними ризики міждержавних конфліктів; штучних екологічних катастроф. Південна Азія ризикує зазнати терористичних загроз; відчуті кризи водопостачання.

Для України, як невід'ємної частини світу, всі перелічені ризики є актуальними. Навіть, складається враження, що респонденти, відповідаючи на питання, розмірковували про сьогоднішнє та майбутнє нашої країни.

#### **ЛІТЕРАТУРА:**

1. Global Risks reports 2007-2015 [Electronic resource] / World Economic Forum. – URL : [http:// www.weforum.org](http://www.weforum.org).
2. Global Risks Perception Survey 2014 [Electronic resource] / World Economic Forum. – URL : <http:// www.weforum.org>.

### **ОБҐРУНТУВАННЯ ЗАСТОСУВАННЯ ІНСТРУМЕНТІВ АНТИКРИЗОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ**

**В.М. Рубан**

*Національний університет харчових технологій*

З метою обґрунтування застосування інструментів антикризового менеджменту нами було досліджено класичні та сучасні інструменти антикризового менеджменту та їх функціональне призначення для практичного застосування.

Дослідження даної тематики започатковано в працях таких світових науковців як У. Крістек, Я. Мітрофф, Е. Демінг, С. Фінк, Р. Хіт та ін. Останні дослідження та публікації з антикризового управління проведено українськими вченими Бланком І.О., Лігоненко Л.А., Іванютою С.М., Василенко В.О., Скібіцким О.М. та ін.

У відповідності із запропонованим в попередніх дослідженнях автором визначенням антикризового управління, нами класифіковано антикризові інструменти, що застосовуються для: прогнозування та планування, організації, мотивації, контролю.

Прогнозування техніко-економічного та фінансового стану підприємства (антикризове прогнозування) – це наукове, засноване на системі причинно-наслідкових зв'язків і закономірностей, виявлення стану та вірогідних шляхів розвитку підприємства.

Завдання прогнозування полягає в тому, щоб виявити передбачувані тенденції в розвитку діяльності підприємства і дати оцінку їх стійкості, а також сформулювати теоретичний аналог реальних економічних процесів з їх повною і точною імітацією [1, 2].

Оптимальний варіант прогнозу є підставою для подальшого антикризового планування.

Планування як процес антикризового управління включає постановку цілей і завдань, розробку стратегій, програм і планів для досягнення цих цілей, визначення необхідних ресурсів і їх розподіл за цілями і завданнями, доведення планів до всіх, хто їх повинен виконувати і відповідальний за їх реалізацію [2].

Інструментами антикризового планування виступають: Hedging, SWOT аналіз, Керуюча компанія, Strategic Planning, Benchmarking, Big Data Analytics, Crisis management audits, Crisis Management Planning, Crisis management plans, Mission Statements and Vision Statements, PEST-аналіз, Porter five forces analysis, Price Optimization Models, Reputational risk assessments, Scenario planning, Комунікаційні пристрої, Політика [6].

Організація, як функціональна категоризація інструментів і процедур в антикризовому менеджменті, це оздоровлення підприємства за такими основними напрямками: виробнича структура (забезпечення ресурсами та ефективністю їх використання); управлінська структура; менеджмент персоналу; управління фінансовими ресурсами.

Ціллю організації, як процесу та функції антикризового управління, є узгодження дії всіх елементів (бізнес-процесів) організації та забезпечення результату, а саме виведення організації з кризи з найменшими втратами.

Для виконання функції організації в антикризовому менеджменті можуть бути застосовані наступні інструменти: Санація, Реінжиніринг бізнес-процесів, Програмне забезпечення, Навчання, Люди (команда), Краудсорсинг, Консалтинг, Комунікаційні пристрої, Інновації, Ефективність (керівника), Вікіноміка, Аутстафінг, Zero-Based Budgeting, Strategic Alliances, Social Media Programs, Supply chain management, Outsourcing, Open Innovation, Mergers and Acquisitions, Incident Management, Crisis management team, Crisis Management Planning, Crisis management cabinets, Complexity Reduction, Change Management Programs, Budget, Balanced Scorecard, Реструктуризація, Керуюча компанія, Hedging, Downsizing, Decision Rights Tools [6].

Мотиваційна функція антикризового управління є управлінською діяльністю, що спрямована на процес спонукання персоналу на досягнення цілей антикризового менеджменту в цілому, цілей обраної антикризової стратегії та визначеної тактики.

Нами запропоновано класифікувати наступні антикризові інструменти, як інструменти мотивації: Satisfaction and Loyalty Management, Керуюча компанія, Коучинг, Core Competencies, Crisis Communications, Crisis Management Planning, Crisis Reputation Management, Crisis Spokesperson, Customer Relationship Management, Customer segmentation, Employee Engagement , Employee Engagement Surveys, Management by objectives, TQM, Zero-Based Budgeting [6].

Класики менеджменту М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедуорі визначили, що функція контролю – це така характеристика управління, яка дозволяє виявити проблеми і скорегувати відповідно діяльність організації до того, як ці проблеми переростуть в кризу. Одна з найважливіших причин необхідності здійснення контролю полягає в тому, що будь-яка організація безумовно зобов'язана мати здатність вчасно фіксувати свої помилки і виправляти їх до того, як вони зашкодять досягненню цілей організації. Контроль є ефективним, якщо він має стратегічний характер, націлений на досягнення конкретних результатів, своєчасний, гнучкий, простий і економічний.

Застосування новітніх інструментів та антикризових процедур з метою контролю є обов'язковим, що зумовлено сучасними тенденціями. Ми виділили

наступні сучасні інструменти контролю, що можуть бути застосовані в антикризовому управлінні: Керуюча компанія, Audit, Big Data Analytics, Controlling, Crisis Management Planning, Outsourcing, Price Optimization Models, Supply chain management, Statistical process control, Total quality management, Комунікаційні пристрої, Моніторинг, Програмне забезпечення [6].

Аналіз наукової літератури дав підстави для визначення понять основних функцій антикризового менеджменту, а саме: антикризового прогнозування і планування, функції антикризової організації, мотивації і контролю. В рамках даного дослідження було уточнено цілі та завдання функцій антикризового менеджменту. Відповідно даним цілям і завданням було уточнено і класифіковано інструменти антикризового менеджменту для подальшого їх застосування.

#### **ЛІТЕРАТУРА:**

1. Родионова, Н.В. Антикризисный менеджмент. Учеб. пособие для вузов / Н.В. Родионова. – М. ЮНИТИ-ДАНА 2002. – 223 с.
2. Чернявський, А.Д. Антикризове управління підприємством: Навч. посіб. / А.Д. Чернявський. – К.: МАУП, 2006. – 256 с.
3. Мескон, М. Основы менеджмента : Пер. с англ. / М. Мескон, М.Альберт, Ф. Хедуори. – М. : Дело, 1998. – 800 с.
4. Маренков, Н.Л. Антикризисное управление / Н.Л. Маренков, В.В. Касьянов. – М. : Национальный институт бизнеса; Ростов-на-Дону : Изд-во «Феникс», 2004. – 512 с. – Серия : «Высшее образование».
5. Рубан, В.М. Теоретичні аспекти кризи та антикризового управління/ В.М. Рубан // Вісник Одеського національного університету. Серія : Економіка. – Одеса : Видавничий дім «Гельветика», 2014. – Т. 19, Вип. 2/2. – С. 154.
6. Рубан, В.М. Інструменти антикризового управління / Рубан В.М. // Проблеми економіки підприємств в сучасних умовах : Х (Ювілейна) Міжнар. наук.-практ. конф., присвячена 130-річчю НУХТ, (23-24 травня 2014 р., м. Київ) : тези доп. – К. : НУХТ, 2014. – С. 31-33.

#### **НАУКОВО-ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ**

**О.В. Рудь**

*Вінницький коледж*

*Національного університету харчових технологій*

Трансформаційні процеси у світовій економіці, що відбулися за останні десятиріччя, доводять необхідність пошуку нових методів ведення бізнесу. Досягнення успіху в сучасному світі залежить перед усім не від потенційних можливостей, а вміння знайти правильний спосіб і напрямок їх використання, здатності генерувати нові ідеї та впроваджувати їх у різні сфери діяльності підприємства. Не менш важливим фактором досягнення конкурентних переваг є здатність швидко адаптуватися до динамічних змін у зовнішньому середовищі. Таким чином, розвиток підприємства можливий лише за умови ефективного управління, що орієнтується на інновації та довгострокову

перспективу, тобто має стратегічну направленість.

Розробку основних ідей стратегічного управління здійснив видатний американський науковець російського походження Ігор Ансофф. Подальшого розвитку теорія стратегічного менеджменту набула в працях Г. Мінцберга, Дж.Б. Куїнна, С. Гошала, П. Друкера, М. Портера, А.А. Томпсона, А.Дж. Стрікланда, К. Боумена, Дж. Сазерленда, Д. Кенуелла, О.С. Віханського та ін. Значний доробок у розвиток вітчизняної школи стратегічного менеджменту здійснили С.М. Ілляшенко, З.Є. Шершньова, С.В. Оборська, Л.Є. Довгань, О.М. Скібіцький, В.О. Василенко, Т.І. Ткаченко, А.П. Міщенко, Б.М. Мізюк, О.М. Сумець, В.М. Порохня та ін.

Проведений огляд показав наявність цілої низки підходів до визначення сутності стратегічного управління. За твердженням Ігоря Ансоффа стратегічне управління пов'язане зі встановленням цілей і завдань організації, а також підтримки взаємовідносин із зовнішнім оточенням. При цьому визначені цілі повинні відповідати внутрішнім можливостям організації і забезпечувати чутливість до зовнішніх впливів, а досягнення успіху важливо поєднати стратегічне планування з можливостями керівництва і управлінням стратегічними змінами. В свою чергу Г. Мінцберг ототожнює стратегічний менеджмент саме з управлінням змінами [1, с. 7], а К. Боумен вважає, що основним при прийнятті стратегічних рішень є поєднання власного потенціалу із можливостями і загрозами зовнішнього середовища. Такої ж думки дотримується А.А. Томсон і А.Дж. Стрікланд, В.М. Парахіна, А.С. Максименко, С.В. Панасенко, Д. Шендел, К. Хаттен. Аналогічні твердження можна знайти у працях Дж. Хіггенса, який вважає, що реалізація місії фірми можлива лише через управління зв'язками із зовнішнім оточенням.

Дж. Пірс і Р. Робінсон ототожнюють процес стратегічного управління з розробкою і реалізацією стратегій, направлених на досягнення мети діяльності фірми, а Дж. Сазерленд, Д. Кенуелл стверджують, що розроблена стратегія повинна об'єднувати і координувати усі процеси і елементи організації, забезпечуючи інтерактивне реагування на зміни у середовищі своєї діяльності.

Російський учений О.С. Віханський вважає, що стратегічне управління має за основу людський потенціал, а досягнення довгострокових цілей базується на формуванні конкурентних переваг за рахунок швидкого реагування і пристосування до змін у внутрішньому і зовнішньому середовищі. Повністю підтримують цю думку такі науковці як П.В. Забелін, Н.К. Моїсєєва [2, с. 11], В.М. Порохня, Т.О. Безземельна, Т.А. Кравченко [4, с. 11], Б.М. Мізюк [3, с. 16-17] та ін.

З.Є. Шершньова, С.В. Оборська стверджують, що стратегічне управління дозволяє підготуватися до майбутнього, створюючи ситуацію, яка б відповідала поставленим цілям організації [5, с. 17]. Цю думку підтримує також О.М. Скібіцький, наголошуючи, що умови зовнішнього і внутрішнього середовища є дуже динамічними і мінливими. О.І. Долгов, О.О. Прокопенко, О.П. Єгоршин, В.О. Василенко, Т.І. Ткаченко, А.П. Міщенко, Б.М. Мізюк розглядають стратегічне управління як набір функцій по стратегічному аналізу, плануванню, реалізації і контролю обраних стратегій.

В.О. Барінов, В.Л. Харченко вважають, що стратегічний менеджмент дозволяє забезпечити стабільний розвиток фірми у довгостроковій перспективі за рахунок прогнозування і адаптації до потреб споживачів, а О.М. Сумець, М.І. Бондаренко наголошують, що при цьому необхідно дотримуватися відповідності між цілями, потенціалом організації, та її можливостями у зовнішньому середовищі.

Проаналізувавши роботи вітчизняних і зарубіжних вчених у галузі стратегічного та інноваційного менеджменту, можна зробити висновок, що успішна діяльність підприємства у довгостроковій перспективі можлива лише при використанні стратегії інноваційного розвитку.

#### **ЛІТЕРАТУРА:**

1. Бровкова, О. Г. Стратегічний менеджмент : навч. посіб. для студ. вузів / О.Г. Бровкова. – К. : ЦУЛ, 2012. – 224 с.

2. Забелин, П.В. Основы стратегического управления : Уч. пособие / П.В. Забелин, Н.К. Моисеева. – М. : Информационно-внедренческий центр «Маркетинг», 1997. – 195 с.

3. Мізюк, Б.М. Основы стратегічного управління [Текст] : підручник / Б.М. Мізюк. – Л. : Магнолія 2006, 2009. – 544 с.

4. Порохня, В.М. Стратегічне управління : навч. посіб. для студ. вузів / В.М. Порохня, Т.О. Безземельна, Т.А. Кравченко. – К. : Центр учбової літератури, 2012. – 224 с.

5. Шершньова, З.Є. Стратегічне управління [Текст] : Навч. посібник / З.Є. Шершньова, С.В. Оборська. – К. : КНЕУ, 1999. – 384 с.

### **УПРАВЛІННЯ КАТЕГОРІЄЮ КОМЕРЦІЙНИХ РИЗИКІВ В КОНТЕКСТІ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

**С.В. Сіробаба**

*Національний університет харчових технологій*

В умовах розвитку ринкових відносин в Україні загострюється конкурентна боротьба за ринки збуту товарів між торговельними підприємствами, спостерігаються постійні зміни як у зовнішньому, так і у внутрішньому середовищі їх функціонування. Це сприяє підвищенню рівня невизначеності та ризику діяльності підприємств.

Підприємницький ризик є невід'ємним і обов'язковим складовим елементом підприємницької діяльності [3]. Його висока об'єктивна значимість, а також складність, специфіка формування і функціонування вітчизняних підприємств в ринкових умовах спричиняють надзвичайну актуальність проблеми вдосконалення управління саме комерційними ризиками, як одними з найголовніших видів ризику підприємницької діяльності.

Комерційний ризик – це ризик, що виникає внаслідок будь-яких видів діяльності, пов'язаних з виробництвом продукції, товарів, послуг, їх реалізацією, товарно-грошовими і фінансовими операціями, комерцією, здійсненням, соціально-економічних і науково-технічних проектів [1].



Об'єктом ризику називають економічну систему, ефективність та умови функціонування якої наперед точно невідомі.

Суб'єктом ризику розуміють особу, яка зацікавлена в наслідках керування об'єктом ризику і компетентна приймати рішення щодо об'єкта ризику. [1]

Основними причинами виникнення комерційного ризику є [2]:

- зниження обсягів реалізації внаслідок падіння попиту на товар, що виробляється або реалізується, витіснення його з ринку конкуруючими товарами;

- підвищення закупівельної ціни товару в процесі здійснення підприємницького проекту;

- непередбачуване зниження обсягів закупівель порівняно з прогнозованими, що зменшує масштаб усієї операції й збільшує витрати на одиницю об'єму реалізованого товару (за рахунок умовно постійних витрат);

- втрати товару;

- втрати якості товару при його транспортуванні та зберіганні, що призводить до зменшення його ціни;

- підвищення втрат реальної грошової виручки порівняно з прогнозованою її величиною в результаті непередбачених відрахувань, що призводить до зниження прибутку підприємства.

Комерційні ризики характерні для різних етапів товарно-грошових і торгово-обмінних операцій, відповідно до яких виокремлюють такі їх види [3]:

1. Маркетингові ризики виникають на етапі здійснення маркетингових досліджень.

2. Збутові ризики виникають безпосередньо на етапі реалізації виготовленої продукції (надання послуг) підприємством.

3. Ризики взаємодії з контрагентами і партнерами в процесі організації продажу продукції (надання послуг).

4. Ризики непередбаченої конкуренції, основним джерелом походження яких є невизначеність стратегії поведінки на ринку його суб'єктів.

Комерційна діяльність включає виконання великого комплексу взаємозалежних посередницьких та виробничих операцій, спрямованих на здійснення процесу купівлі-продажу товарів і надання послуг з метою одержання прибутку. Комерційна діяльність також є ризиковою, тобто дії учасників підприємництва в умовах ринкових відносин, конкуренції, функціонування всієї системи економічних законів не можуть бути з повною визначеністю розраховані. Обставини, що склалися, неоднозначність тенденцій економічного розвитку і нестабільність механізму ринкового регулювання змушують підприємства здійснювати діяльність, зв'язану з подоланням ризику та невизначеності [3].

Діяльність підприємця в області управління комерційними ризиками направлена на захист свого підприємства від дій цих ризиків, а також спонукає вирішення основної задачі підприємництва – в залежності від ситуації обрати із декількох проектів оптимальний, враховуючи при цьому, що чим прибутковіший є проект, тим вищим буде ступінь ризику. Управління ризиком – це

правильне розуміння ступеня ризику. Для підприємця важливо знати об'єктивну оцінку ризику, який чинить вплив на його діяльність. Тут неабияке значення відіграє перспективний аналіз ризику, який пов'язаний з плануванням діяльності в умовах ринкової економіки. Прогноз в якійсь мірі носить імовірний характер, тому чим точніше буде здійснений аналіз ризику при прогнозуванні, тим точнішою буде оцінка перспектив і правильності прийняття управлінських рішень.

Слід також зазначити, що управління ризиками повинне передбачати системний підхід, який означає охоплення управління ризиком горизонтальних і вертикальних ієрархічних рівнів організації, взаємозв'язок усіх управлінських елементів підприємницького ризику. Найчастіше застосовують методи відхилення від ризику, тобто уникнення ризику, відмови від негативних параметрів, страхування своїх дій чи пошуку гарантій, цілком перекладаючи на них свій ризик [2].

#### **ЛІТЕРАТУРА:**

1. Апопій, В.В. Комерційна діяльність : Підручник / Апопій В.В., Бабенко С.Г., Гончарук Я.А. [та ін.] ; За ред. Апопія В.В. – К. : Знання 2008. – 558 с.

2. Жарлінська Р.Г. Комерційний ризик та його наслідки [Електронний ресурс] / Р.Г. Жарлінська, О.В. Лісницька. – Режим доступу : [http://www.rusnauka.com/26\\_OINXXI\\_2009/Economics/52690.doc.htm](http://www.rusnauka.com/26_OINXXI_2009/Economics/52690.doc.htm).

3. Ключкова, Н.В. Комерційний ризик як важлива складова підприємницького ризику [Електронний ресурс] / Ключкова Н.В. – Режим доступу : <http://intkonf.org/klochkova-nv-komertsyinyi-rizik-yak-vazhлива-skladova-pidpriemnitskogo-riziku>.

#### **ДОСЛІДЖЕННЯ ФАКТОРІВ РИЗИКУ СУБ'ЄКТІВ ІНТЕГРАЦІЇ**

**Н.С. Скопенко**, д-р екон. наук

*Національний університет харчових технологій*

При поглибленому аналізі доцільності інтеграції, ефективності подальшого розвитку інтегрованих структур важливим моментом є визначення та врахування інтересів усіх власників та потенційних учасників об'єднання; співвідношення різних пакетів акцій та можливостей контролю, який вони надають; визначення основних суперечностей між власниками різних пакетів акцій (дрібних, контрольних, блокуючих тощо), між менеджментом та власниками; врахування особливостей руху цінних паперів (інтегратора, компанії мети та новоствореної інтегрованої структури) на вторинному ринку, тенденції попиту та динаміка їх ринкової вартості; наявність достовірної об'єктивної інформації про стан учасників об'єднання з метою складання довгострокової програми діяльності, прояви інформаційної асиметрії між учасниками об'єднань тощо. Тобто, постає необхідність визначення та врахування ризикових ситуацій, що виникають на мікрорівні та спричиняють ризик окремих суб'єктів інтеграції (компанії-інтегратора, цільової компанії та новоствореної інтегрованої структури).

Якісний аналіз ризикованості інтеграційних процесів в АПК та харчовій промисловості дозволив встановити основні ситуації, пов'язані з ризиком (наслідки впливу факторів ризику) для компанії-інтегратора, компанії-мети та новоствореної інтегрованої структури.

Для компанії, що є ініціатором інтеграції, можливе виникнення наступних несприятливих ситуацій: помилковий вибір напряму розвитку компанії; неадекватне визначення необхідної міри зв'язку між компаніями; хибний вибір цільового об'єкту покупки, стратегічного партнера для інтеграції (злиття); некоректна оцінка привабливості підприємства, відсутність чітких уявлень про стан компанії-мети; переоцінка вартості компанії-мети; придбання фінансово неспроможного підприємства; помилки у визначенні ціни угоди; недооцінка обсягу додаткових інвестицій; зайві витрати на процес інтеграції; погіршення умов кредитування; помилки в процесі переговорів, які призводять до збільшення вартості, зниження лояльності менеджменту компанії-мети, втрати зацікавленості акціонерів у закінченні угоди, протидії угоді з боку менеджменту компанії; опір трудового колективу змінам, що відбуваються; пред'явлення вимог кредиторами про дострокове виконання зобов'язань; падіння курсу акцій компанії на ринку; послаблення позицій на ринку та погіршення фінансового стану до завершення процесу інтеграції; неотримання дозволу на інтеграцію у результаті невідповідності вимогам антимонопольного законодавства тощо.

Для цільових компаній найбільш вірогідними є наступні ризикові ситуації: падіння курсу акцій компанії на ринку; погіршення ринкових позицій та фінансового стану на період до завершення процесу інтеграції; неможливість використання додаткових каналів отримання доходу; збитки від зміни дивідендної політики нової компанії; встановлення невігідного курсу обміну акцій; порушення прав акціонерів; втрата статусу співвласника незалежної компанії; звільнення персоналу тощо.

Проведений аналіз дозволив виявити несприятливі ситуації, які можуть виникнути у новоствореної інтегрованої структури: зменшення ефективності угоди в результаті недоліків процесу проведення інтеграції; падіння курсу акцій компанії на ринку; послаблення позицій на ринку та погіршення фінансового стану після завершення процесу інтеграції; зниження капіталізації об'єднаної компанії, у порівнянні з сумарною капіталізацією її окремих частин; перерозподіл корпоративного контролю на користь осіб, які незацікавлені в ефективному функціонуванні компанії; втрата персоналу та/або зниження його лояльності, зменшення продуктивності праці; опір трудового колективу змінам, що відбуваються; зниження якості виконання бізнес-процесів, що призводить до зменшення операційної ефективності; антагонізм корпоративних культур та систем управління; технологічна несумісність інформаційних систем або необхідність великих витрат на інтеграцію інформаційних технологій компаній, що об'єднуються; конфліктність (технологічна несумісність) об'єднаних виробничих систем (потенціалів), що викликано специфічністю виробничих та фінансових циклів; конфлікт цілей, спричинений особливостями кадрової, інвестиційної, фінансової, інноваційної політик суб'єктів об'єднання; поява

негативного іміджу як окремого суб'єкта інтегрованої структури, так і всієї системи; зменшення клієнтської бази, неможливість залучити нових партнерів або втрата існуючих партнерів, що зумовлено специфічністю відносин з постачальниками та покупцями; збільшення сукупного розміру податкових платежів; зниження середньої норми прибутку; погіршення можливостей кредитування; збільшення вартості залучених засобів; ускладнення розміщення цінних паперів; зменшення загального грошового потоку; виникнення негативного ефекту від масштабу; помилковий вибір напряму розвитку інтегрованої компанії; анулювання інтеграційної угоди (угоди злиття/поглинання) у разі невідповідності вимогам антимонопольного законодавства тощо.

На нашу думку, визначені ризиковані ситуації та негативні наслідки, які можуть виникнути на мікрорівні в процесі інтеграції, можна об'єднати в наступні види ризику: інформаційний ризик; організаційно-управлінський ризик; комерційний ризик; стратегічний ризик; інвестиційно-фінансовий ризик; правовий ризик.

Зазначені чинники (фактори), які породжують ризик при здійсненні інтеграційних процесів, формуванні та розвитку нових інтеграційних структур, є підґрунтям для подальшого аналізу та визначення можливих негативних наслідків інтеграційної взаємодії.

Для оцінки достовірного значення ризику й розробки заходів щодо зменшення його величини, необхідне проведення ретельного і об'єктивного аналізу чинників зовнішнього і внутрішнього середовища, формулювання їх комплексу та визначення впливу на ступінь ризику інтеграційного процесу.

## **ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РИНКОВОЇ СТІЙКОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ШЛЯХОМ ВИКОРИСТАННЯ ІНСТРУМЕНТІВ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ**

**О.В. Тур**

*Національний університет харчових технологій*

У зв'язку із новими ринковими викликами, пов'язаними зі змінами в зовнішньоекономічній політиці нашої держави та циклічним повторенням кризових явищ на світовому ринку товарів та послуг питання забезпечення ринкової стійкості підприємства набуває надзвичайної актуальності і потребує досконалого вивчення. В Україні важливим на сьогодні є збереження стійкості та в подальшому забезпечення розвитку підприємств харчової промисловості. Адже дана галузь є однією із провідних структуроформуючих галузей в економіці нашої держави.

Огляд літератури за цією тематикою дає можливість визначити ринкову стійкість підприємства шляхом застосування стратегічного менеджменту в контексті стратегічного розвитку підприємства.

У загальному розумінні стійкість – це здатність у довготривалому періоді зберігати властивості визначені системою, при цьому не піддаватися руйнівним впливам, псуванню, і забезпечувати можливість протидіяти чомусь [1, с 282]. На нашу думку, ринкова стійкість підприємства – це економічна категорія, що

характеризує стан підприємства, при якому воно постійно піддається впливу ряду негативних ринкових чинників, але має достатньо ресурсів (високу платоспроможність, ефективне виробництво, наявність власних новітніх розробок, ефективний менеджмент та ін.) для забезпечення стабільної роботи та подальшого розвитку на даному ринку.

На сьогодні наявний широкий спектр інструментів забезпечення ринкової стійкості, але більшість представників зарубіжного та вітчизняного бізнесу вважають одним із найбільш ефективних інструментів саме стратегічний менеджмент. Існує велика кількість визначень поняття стратегія, але найбільш комплексним серед вітчизняних науковців є визначення Трухан О., яка визначає стратегію як абстрактно-цільову і ціннісно-орієнтовану концепцію довгострокового розвитку бізнесу, яка відображає когнітивну індикативну модель адаптивної поведінки підприємства у нестабільному і мінливому ринковому середовищі, що реалізується на основі планового процесу управління організаційними змінами шляхом забезпечення гнучкої відповідності внутрішніх ресурсів і компетенцій організації та її зовнішнього середовища [2, с 306].

Інструменти, які широко застосовуються в стратегічному управлінні зарубіжними та вітчизняними компаніями [3]:

1. Бенчмаркінг (Benchmarking) — це процес пошуку стандартного чи еталонного економічно ефективнішого підприємства-конкурента з метою порівняння з власним та переймання його найкращих методів роботи [4]. Виник у США у 70-х роках, як метод виробничого шпіонажу, та поступово трансформувалася у метод планування та аналізу, як похідна маркетингової функції.

2. Управління знаннями (Knowledge management) – передбачає обмін знаннями та цінним досвідом, самовдосконалення персоналу підвищення зони відповідальності та особистісний зріст, порівнянні ключових показників. Знання з точки зору впливу на бізнес поділяються на ґрунтовні – ті, що забезпечують успіх, та інноваційні [3].

3. Управління за цілями (Management by objectives (MBO)), також відомий як управління за результатами (MBR), – це процес визначення цілей в рамках організації таким чином, щоб керівництво і співробітники погодили їх і зрозуміли, що вони повинні робити в організації з метою досягнення цих цілей [5]. Вперше поняття було введено Пітером Друкером 1954 р. (Peter Druker).

4. Управління якістю – здійснюється через стандартизацію, та формалізацію бізнес процедур, при чому, на відміну від попередніх методів, стандартизація надає гарантії якісної взаємодії між персоналом різних компаній за рахунок кваліфікованого виконання належних стандартів, що забезпечують бізнес процес [3].

5. Реінжиніринг бізнес-процесів є фундаментальним переосмисленням і радикальним перепроєктуванням бізнес-процесів для досягнення вагомих покращень у таких ключових для сучасного бізнесу показниках результативності, як: витрати, якість, рівень обслуговування та оперативність. Вважається, що це поняття запропонували М. Хаммером та Дж. Чампі. [6].

Можемо зробити висновок, що використання сучасних інструментів в стратегічному управлінні, які враховують результати аналізу змін ринкового середовища та забезпечують вчасну реакцію на зміни шляхом впровадження стратегічних планів, є життєво необхідними для вітчизняних підприємств харчової промисловості. Адже ці заходи дають змогу підвищити ефективність господарської діяльності підприємств та забезпечити в подальшому їх ринкову стійкість. Надійну та ефективну стратегію розвитку підприємства можна побудувати за умов чіткого визначення стратегічних цілей, які, в свою чергу, володіють такими характеристиками: визначені в часі та просторі, досяжні в певному проміжку часу, вимірюються конкретними показниками, забезпечені необхідними ресурсами.

#### **ЛІТЕРАТУРА:**

1. Фещур, Р.В. Економічна стійкість підприємства – становлення понятійного базису / Р.В. Фещур, Х.С. Баранівська // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – 2010. – №684. – С. 284-290. – Серія : Проблеми економіки та управління.

2. Трухан, О.Л. Змістовна сутність поняття «стратегія підприємства»: суперечності поглядів / О.Л. Трухан // Вісник ЖДТУ: Економічні науки. – 2010. – №3(58), Ч. 1. – С. 302-307.

3. Стратегічні іграшки, або просто про складне [Електронний ресурс] // Тренінговий портал. – Режим доступу: <http://www.trn.ua/articles/154>.

4. Бенчмаркінг [Електронний ресурс] // Вікіпедія: вільна енциклопедія. – Режим доступу: <http://uk.wikipedia.org/wiki/Бенчмаркінг>.

5. МВО [Електронний ресурс] // Вікіпедія: вільна енциклопедія. – Режим доступу: [http://en.wikipedia.org/wiki/Management\\_by\\_objectives](http://en.wikipedia.org/wiki/Management_by_objectives).

6. Реінжиніринг бізнес процесів [Електронний ресурс] // Вікіпедія : вільна енциклопедія. – Режим доступу: [http://uk.wikipedia.org/wiki/реінжиніринг\\_бізнес-процесів](http://uk.wikipedia.org/wiki/реінжиніринг_бізнес-процесів)

### **МІСЦЕ МІЖНАРОДНОГО ФОНДОВОГО РИНКУ В СТРАТЕГІЧНОМУ УПРАВЛІННІ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА**

**І.В. Тюха**, канд. екон. наук

*Національний університет харчових технологій*

Важливим сегментом світового фінансового ринку є міжнародний ринок цінних паперів. Його роль останніми роками значно зросла [1].

За високих темпів економічного піднесення багатьох промислово розвинутих країн світу традиційні джерела фінансування вже не повною мірою задовольняють потреби великих корпорацій у капіталі. Тому такі компанії не обмежуються послугами національних банківських систем і, покладаючись на свій високий кредитний рейтинг, залучають дешеві фінансові ресурси шляхом емісії цінних паперів. Зростання попиту з боку емітентів, збільшення пропозиції в результаті інтеграції національних ринків, конкуренція як наслідок відкритості та глобалізації економіки призводять до посилення інвестиційної та позичкової діяльності на міжнародному фондовому ринку.

Ознаками існування міжнародного фондового ринку є:

- переміщення капіталів у формі цінних паперів між країнами;
- наявність центрів міжнародної торгівлі цінними паперами на базі національних фондових бірж;
- існування міжнародних цінних паперів, які не підпадають під юрисдикцію окремої держави [2].

Міжнародний фондовий ринок функціонує не відособлено від національних ринків, адже базується на національних фондових біржах і організаціях інфраструктури фондового ринку. З іншої сторони, – на міжнародних організаціях – міжнародних фондових біржах, міжнародних системах клірингу, розрахунків і депозитарного обслуговування тощо. Таким чином, міжнародний фондовий ринок не має чіткої територіальної базованості, а операції і діяльність його суб'єктів регулюється як національним законодавством, так і нормами, встановленими різного роду міжнародними організаціями та об'єднаннями учасників ринку.

У ринковій економіці ринок цінних паперів є основним механізмом перерозподілу грошових нагромаджень. Фондовий ринок створює ринковий механізм вільного, хоча й регульованого, переливу капіталів у найбільш ефективні галузі господарювання.

Існує ряд факторів, що сприяють формуванню міжнародного фондового ринку та розширенню його географічних меж. До них належать:

- посилення взаємозв'язку між національними й іноземними секторами економіки;
- дерегуляція з боку держави грошових і капітальних потоків, валютних курсів, а в ряді випадків і міграції трудових ресурсів;
- впровадження нововведень у торговельних операціях, збільшення ролі й значення міжнародних торговельних і фондових бірж, удосконалення платіжних розрахунків;
- розвиток міжбанківських телекомунікацій на базі ЕОМ, електронний переказ фінансових активів.

Міжнародний фондовий ринок є чинником, що прискорює світовий процес економічного росту, полегшує доступ різних суб'єктів економіки до міжнародного ринку вільних капіталів. Коло учасників міжнародного фондового ринку постійно розширюється, до них приєднується все більше число національних кредитно-фінансових інститутів, організацій ООН, НБСЄ й ін.

Міжнародний фондовий ринок є надбудовою над національними фондовими ринками, і є ринком вторинних фондових ресурсів. Фондовий ринок, або ринок довгострокових цінних паперів, який можна розглядати як ринок довгострокових боргових цінних паперів та цінних паперів на право власності, – дуже важлива складова ринкової економіки, без повноцінного функціонування якої (без обороту цінних паперів) не можливе нормальне функціонування механізму ринкової економіки.

Фондовий ринок зародився в надрах ринку споживчих товарів. Перші операції з цінними паперами відбувалися на оптових ринках і товарних біржах.

Міжнародний фондовий ринок прямо пов'язаний з міжнародним ринком вільного капіталу, що складається з окремих національних ринків.

Перенагромадження капіталу в національних межах є причиною відтоку його в інші регіони й країни, де він приносить прибуток його власникові. Тому експорт капіталу – це характерна риса й об'єктивна необхідність розвитку економіки. Поява ТНК і ТНБ привело до того, що облігації й акції, випущені в окремих регіонах і країнах, починають залучати не тільки місцевих, але й міжнародних інвесторів, що веде до формування міжнародно-космополітичного капіталу. У міжнародний оборот, крім цінних паперів першого випуску, надходять папери, що вже давно перебувають в обігу, а також опціони, процентні ф'ючерси й інші нові фінансові інструменти.

Перспектива розвитку фондового ринку в Україні залежать від швидкого вирішення давніх проблем, а саме від удосконалення й зміни законів, які гальмують розвиток фондового ринку; встановлення мінімальних адміністративних бар'єрів; розвитку термінового ринку, і одночасно ринку колективних інвестицій; залучення нових інвестицій, захисту прав дрібного інвестора; карності будь-якої несумлінної діяльності на фондовому ринку; формування правильного іміджу, що працює на залучення грошей; поліпшення механізму регулювання фондового ринку.

Отже, перспектива розвитку залежить не тільки від світових економічних показників, але й від правильної, якісної роботи самого фондового ринку України та його інвесторів й емітентів.

#### **ЛІТЕРАТУРА:**

1. Дослідження фондового ринку України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://institute.com.ua/searchdirect.php?ID=2535665>.
2. Суэтин, А.А. Международный финансовый рынок / А.А. Суэтин. – КноРус, 2007. – 264 с.

### **ФОРМУВАННЯ ЦІЛЬОВОЇ СТРУКТУРИ КАПІТАЛУ ЯК ЧИННИК ЗНИЖЕННЯ РИЗИКУ БАНКРУТСТВА**

**Е.О. Юрій**, канд. екон. наук

*Буковинський державний фінансово-економічний університет*

Проблема вибору оптимального співвідношення власного та позикового капіталу актуальна не лише з позиції нарощування рентабельності власного капіталу, але й з точки зору забезпечення фінансової стійкості та зменшення ризику банкрутства.

Можливості розвитку корпорацій та досягнення ними стратегічних цілей значною мірою залежать від існуючої структури капіталу та можливості корпорації звернутись до фінансового ринку для задоволення власних фінансових потреб.

Вибір між джерелами фінансування діяльності корпорацій залежить від дії багатьох чинників. В першу чергу – це рівень розвитку фінансових ринків, який визначає можливість залучення певного типу фінансування діяльності корпорацій.



Теорія цільової структури капіталу розглядається в працях багатьох науковців. І хоча підходи до оптимізації структури капіталу є об'єктом дослідження, починаючи з 50-х років ХХ століття, і досі не існує єдиного погляду на вирішення цієї проблеми.

Останнім часом більше визнання одержали так звані динамічні теорії структури капіталу. Узагальнення поглядів на існуючі динамічні теорії представлено в праці [1], де розглядається чотири групи теорій структури капіталу:

- динамічна компромісна теорія;
- моделі асиметричної інформації (інвестиційні моделі та сигнальні моделі);
- концепція протиріччя інтересів (теорія агентських витрат, теорія моніторингових витрат, моделі корпоративного контролю, теорія стейкхолдерів);
- поведінкові теорії (теорія відслідковування ринку, теорія автономії інвестицій менеджерів, теорія інформаційних каскадів, теорія впливу особистості на структуру капіталу).

Виявлення ризику банкрутства можливе, в першу чергу, за рахунок визначення фінансового стану підприємства. І однією із ознак погіршення фінансового стану підприємства та зростання ймовірності банкрутства виступає погіршення структури капіталу. В цих умовах оптимізація структури капіталу може бути одним із перших кроків реалізації антикризової стратегії.

При вирішенні питання оптимізації структури капіталу як одного із інструментів зниження ризику банкрутства менеджмент повинен враховувати дію багатьох чинників. Серед таких чинників, які впливають на формування цільової структури капіталу акціонерних товариств, можна виділити наступні: урахування вартості різних частин капіталу, що впливають на норму валового та чистого прибутку; використання дії ефекту фінансового ліверіджу, тобто ефективності залучення позикового капіталу з точки зору його впливу на рентабельність власного капіталу; досягнення максимального рівня рентабельності власного капіталу, чистого прибутку на одну акцію та дивідендної віддачі однієї акції; оптимізація структури капіталу за критерієм мінімізації вартості власного капіталу, вартості позикового капіталу та середньозваженої вартості загального капіталу; досягнення оптимального рівня фінансового ризику; забезпечення визначеного запасу фінансової міцності підприємства, рівня ліквідності, платоспроможності, кредитоспроможності, фінансової стійкості, ділової активності підприємства тощо [2].

Забезпечення цільової структури капіталу при оптимальному співвідношенні боргу та власного капіталу формує цільовий рівень рентабельності активів і, в першу чергу, рентабельності власного капіталу, а ймовірність банкрутства можна суттєво зменшити, якщо обрати ту модель формування структури капіталу, яка найбільшою мірою відповідає стратегічним цілям підприємства та дозволяє утримувати фінансову стійкість підприємства, не пригнічує інвестиційну діяльність акціонерної компанії та створює умови її розвитку.

## ЛІТЕРАТУРА:

1. Капустин, А.В. Критический анализ динамических теорий структуры капитала [Электронный ресурс] / А.В. Капустин, И.А. Астраханцева // Современные наукоемкие технологии. Региональное приложение. – 2014.. – Режим доступа : [www.astrakhantseva.ru/pub/snet\\_rg2014](http://www.astrakhantseva.ru/pub/snet_rg2014).

2. Кравець, А.В. Механізм оптимізації та формування цільової структури капіталу акціонерних товариств [Електронний ресурс] / А.В.Кравець // Електронний архів Сумського державного університету. – Режим доступу: <http://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/123456789/26461/1/Kravec%27%20.pdf>.

## ДЕРЖАВНЕ ФІНАНСОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

**К.К. Юрій**

*Буковинський державний фінансово-економічний університет*

В період економічної кризи такі проблеми як подолання бідності та забезпечення високого рівня життя громадян значно загострилися. Пошуки чинників подолання кризових явищ в економіці, передусім, спрямовані на створення більш сприятливих умов для малого підприємництва, як локомотиву поступального розвитку країни.

Малий бізнес посідає провідне місце у створенні ефективної ринкової економіки багатьох держав світу. Щоб виконувати свої соціально-економічні функції, удосконалювати діяльність, сприяти розвитку науково-технічного процесу, малий бізнес потребує відповідного фінансово-кредитного забезпечення для свого розвитку.

Національна політика в країнах ЄС щодо малого бізнесу має за мету створення кращих умов для діяльності, збільшення конкурентоспроможності та економічного зростання. При цьому спостерігається перехід від «тяжкої» підтримки у формі позик та дотацій і перехід до «м'якої» підтримки у формі консультаційних послуг. Політика щодо малого бізнесу націлена на використання форм і методів, які враховують потреби європейської інтеграції.

Політика підтримки малого бізнесу в Європі здійснюється через діяльність держав і через спеціальні програми, які реалізуються під егідою Євросоюзу. Фінансування заходів з підтримки малого бізнесу здійснюється з Структурних фондів Євросоюзу, таких як Фонд регіонального розвитку, Соціальний фонд [1, с. 10].

На сучасному етапі розвиток малого підприємництва в Україні забезпечується за рахунок бюджетного, кредитного механізму та механізму самофінансування. Фінансова підтримка малого підприємництва на рівні держави здійснюється шляхом надання Українським фондом підтримки підприємництва мікрокредитів для виробництва, переробки і збуту виробленої продукції, придбання техніки, обладнання, новітніх технологій, будівництва і реконструкції виробничих приміщень переможцям конкурсу бізнес-планів. На виконання програми «Мікрокредитування суб'єктів малого підприємництва» у 2013 році з Державного було виділено 10,3 млн. грн. [2].

Фонд надає бюджетні кошти суб'єктам малого підприємництва на конкурсних засадах на поворотній основі за умови забезпечення виконання зобов'язання щодо їх повернення та сплати відсотків за користування бюджетними коштами на рівні 1,5 облікової ставки Національного банку, яка діє на дату укладення договору про мікрокредитування [3]. Якщо врахувати, що облікова ставка НБУ з 4 березня 2015 року складає 30% [4], то сьогодні ціна такого кредиту є досить високою і складає 45% річних.

На реалізацію регіональних та місцевих програм розвитку малого і середнього підприємництва місцевими органами виконавчої влади у 2013 році було спрямовано кошти у загальній сумі 165,7 млн. грн. Зазначений обсяг фінансування програмних заходів на 42,7 % є більшим, у порівнянні з 2012 роком, у якому він становив 30,7 млн. грн. [2].

Основними інститутами, орієнтованими на надання фінансових послуг суб'єктам малого підприємництва в Україні, є комерційні банки. Тому державними банківськими установами реалізуються окремі програми підтримки суб'єктів малого підприємництва, серед яких [4]:

- у рамках угоди між публічним акціонерним товариством «Державний експортно-імпорتنний банк України» (АТ «Укрексімбанк») та Європейським інвестиційним банком діє «Спільна з Європейським інвестиційним банком Програма кредитування МСП та установ із середньою капіталізацією»;

- призначена для суб'єктів господарської діяльності, юридичних осіб і фізичних осіб-підприємців, та реалізується «Програма сприяння кредитуванню малого та середнього бізнесу (Програма Кредитної установи для Відбудови (ФРН) (KfW))»;

- «Програма Кредитування спільно з Європейським інвестиційним банком», яка була укладена між АТ «Ощадбанк» та ЄІБ.

Невиконання планів фінансування національної програми сприяння розвитку малого підприємництва, очевидно, пов'язане з тим, що органи виконавчої влади, розглядають цю статтю бюджету за залишковим принципом. Тому орієнтація наших підприємців і малий бізнес на велику роботу: нарощування обсягів виробництва, укладання контрактів, розширення ринків збуту вітчизняної продукції без допомоги в цьому напрямку, перш за все держави і регіональних органів влади марна справа.

Отже, здійснюваних зусиль в напрямку підтримки малого підприємництва як на державному, так і регіональному рівні явно недостатньо. Ефективність державної підтримки невисока, оскільки недостатньо враховується специфіка і потенційні можливості малого підприємництва.

#### **ЛІТЕРАТУРА:**

1. Бей, О. Зарубіжні практики розробки стратегій розвитку малого підприємництва на регіональному рівні / Бей О., Томсон Г. – К. : К.І.С., 2013. – 48 с.

2. Аналітичний звіт про стан і перспективи розвитку малого та середнього підприємництва в Україні. Державна служба України з питань регуляторної політики та розвитку підприємництва [Електронний ресурс]. – К., 2014. – Режим доступу : <http://www.dkrp.gov.ua/info/3226>.

3. Офіційний сайт Українського фонду підтримки підприємництва [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ufpp.gov.ua>.

4. Офіційний сайт Національного банку України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.bank.gov.ua>.

# Секція 2

## **ІННОВАЦІЙНО- ІНВЕСТИЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ**

Голова секції – **С.А. Стахурська**, канд. екон. наук, доц.  
Секретар секції – **Т.Г. Мостенська**, асп.

**Ауд. В-502**



## **ІНВЕСТИЦІЇ ЯК ОСНОВНИЙ ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ**

**В.В. Балковська**

*Житомирський державний технологічний університет*

Динамічний розвиток навколишнього середовища змушує підприємства постійно адаптуватись до все нових ринкових умов, щоб забезпечити своє подальше існування, завдяки вирішення проблеми управління конкурентоспроможністю підприємства. Середовище діяльності сучасних підприємств є дуже мінливим, тому для підтримання конкурентоспроможності підприємства необхідно враховувати всі фактори, які прямо чи опосередковано будуть впливати на його діяльність. Українські підприємства, навіть отримуючи доступ до закордонних ринків, видаються неконкурентоспроможними через відсутність відповідного досвіду, численні перепони, неврегульованість законодавства, несталість зв'язків, невідпрацьованість механізмів дво- та багатосторонньої співпраці і т. ін. Ситуація ускладнюється й тим, що вони втрачають позиції ще і на вітчизняних ринках, через прихід туди іноземних компаній, які мають відповідний досвід, фінанси, інші ресурси, а часто і певні пільги.

Сучасний етап розвитку економіки України висуває якісно нові вимоги до управління конкурентоспроможністю підприємств. Умови формування ринкових відносин в Україні, які характеризуються динамічністю зовнішнього середовища, зниженням платоспроможності населення, загостренням конкурентної боротьби, підвищенням рівня комерційного ризику, тяжким фінансовим станом більшості підприємств потребують пошуку нових способів виживання підприємств та забезпечення їхнього ефективного функціонування. У зв'язку з цим виникає необхідність у вдосконаленні управління конкурентоспроможністю підприємства шляхом використання сучасних принципів менеджменту, маркетингу, забезпечення стратегічного підходу до їхньої діяльності.

Отже, сучасне динамічне середовище діяльності підприємства змушує весь час боротись за власні ринкові позиції. Саме тому, на сьогодні, інвестиції (особливо в інноваційні проекти під впливом НТП) є одним з базових і найлегших способів підвищення конкурентоспроможності підприємства. Відповідно до Закону України «Про інвестиційну діяльність», інвестиції – це усі види майнових та інтелектуальних цінностей, які вкладаються в об'єкти підприємницької та інших видів діяльності з метою створення прибутку (доходу) або отримання соціального ефекту.

Необхідно зазначити, що на індустріальній стадії розвитку інвестиції виконують насамперед реінноваційну (відтворювальну) функцію; в результаті їх впровадження здійснюється здебільшого заміна зношених виробничих і невиробничих основних фондів, інколи – розширення виробничої бази. Але на постіндустріальній стадії розвитку інвестиції мають нести не лише матеріально-речове, а й інтелектуальне та інноваційне «навантаження», тобто,

всі інвестиції мають бути інноваційно орієнтованими.

Прийнято вважати, що інвестування насамперед здійснюється внаслідок позитивних тенденцій науково-технічного прогресу, що дає змогу здешевити основний капітал і зменшити його витрати на одиницю продукції. Так, модель теорії інвестиційного процесу К. Маркса включає категорію, тотожну за змістом, до інноваційної діяльності, яку він передбачив задовго до того, як вона стала актуальною. Він зробив висновок, що інновації є фактором, що, з одного боку, протистоїть натиску ринку на виробника, а з іншого – засобом, що стимулює інвестування.

Взагалі, дослідженням процесу інвестування займається багато вчених економістів, так як вже тривалий час воно є доволі актуальним. До найбільш відомих зарубіжних дослідників з цього питання можна віднести І. Шумпетера, К. Маркса, П. Массе, Дж. Кейнса, С. Фішера, Р. Дорнбуша, Л. Гітмана, І. Бланка, К. Макконела, К. Еклунда, Я. Ван Дейна, А. Кляйнклеха та ін. Необхідно зауважити, що деякі автори розглядають інвестиції або як сукупність реалізованих витрат, або як вкладення капіталу. Ми вважаємо, що такому визначенню притаманна статичність характеристики об'єкта аналізу, яка полягає в тому, що виділяється який-небудь один з елементів інвестицій (витрати або ресурси) і віддається пріоритет окремої стадії руху інвестицій: виробничої (промислової) або грошової (початкової). Однак інвестиції слід розглядати не в статистиці, а в динаміці, як цілісний процес, в ході якого відбувається послідовна зміна форм вартості і реалізується динамічна зв'язок елементів інвестицій. Крім того, в ряді визначень поняття «інвестиції» в якості ресурсів виступають тільки грошові кошти. Однак, капітал може вкладатися і в інших формах, таких як нематеріальні активи, рухоме і нерухоме майно, різні фінансові інструменти тощо.

Отже, інвестиції є одним з основних дієвих та популярних способів підвищення конкурентоспроможності підприємств на вітчизняному ринку. Але до недоліків процесу інвестування для підприємств можна віднести: високий рівень ризику, значні затрати грошових коштів на їх впровадження в життя.

## **ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЯМИ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ**

**Т.П. Басюк**, канд. екон. наук

*Національний університет харчових технологій*

Проведення активної інвестиційної діяльності – є одним із способів збільшення загальних доходів підприємств харчової промисловості. Саме здійснення реальних інвестицій розглядається як основа зростання доходів підприємств від операційної діяльності. Основними проблемами отримання зазначених результатів є:

- знаходження капіталу для фінансування інвестицій підприємства;
- всебічне обґрунтування доцільності здійснення реальних інвестицій;
- налагодження процесу постійного управління інвестиційною діяльністю на підприємстві.



З позицій зазначеного, налагодження інвестиційного менеджменту та його здійснення з використанням сучасних інструментів і методів є актуальним та важливим процесом для підприємств харчової промисловості.

Залучення зовнішніх інвестицій у харчову промисловість України сприяє полегшенню вирішення проблеми, пов'язаної із пошуком ресурсів для здійснення інвестиційної діяльності підприємствами. Харчова промисловість є однією з найбільш інвестиційно привабливих галузей української промисловості, що пояснюється швидкою окупністю інвестицій, наявністю широкої бази аграрної сировини для виробництва харчової продукції, а також існуванням містких ринків збуту. Виробництва галузі характеризуються значно меншою порівняно з іншими галузями залежністю від кон'юнктурних змін на зовнішніх ринках завдяки значній ємності внутрішнього ринку та низькій еластичності попиту на продовольчу продукцію.

Аналіз показників динаміки капітальних інвестицій у харчову промисловість свідчить, що протягом 2010-2014 рр. до підприємств галузі надходило в середньому 14,5% від загальних обсягів капітальних інвестицій у промисловість.

Протягом 2010-2014 рр. відмічалася нестабільна динаміка цього показника з поступовим його зниженням. Основним джерелом фінансування інвестицій у харчовій промисловості є власні кошти підприємств, частка яких у структурі фінансування капітальних інвестицій у галузі у 2010-2013 рр. у середньому становила 86%. У 2012-2013 рр. значно зросла фінансова підтримка інвестиційних проектів у галузі з місцевих бюджетів. Частка кредитів у структурі капітальних інвестицій у харчову промисловість у 2010-2012 рр. коливалася у межах 10-13%, а частка коштів іноземних інвесторів не перевищувала 3,3% [1].

В ході здійснення ефективного інвестиційного менеджменту на підприємствах харчової промисловості вдосконалення потребує також процес обґрунтування доцільності інвестиційних проектів. Особливої уваги заслуговують проекти розвитку підприємств, які супроводжуються негативним впливом на навколишнє середовище. Найбільший негативний вплив на довкілля мають м'ясна, цукрова, спиртова та дріжджова галузі харчової промисловості. Сучасна практика інвестиційної діяльності підприємств харчової промисловості довела, що економічно обґрунтованим є доповнення бізнес-планів таких інвестиційних проектів розділом, в якому оцінюється у кількісному та вартісному вимірах вплив на довкілля і обґрунтовуються заходи щодо охорони та раціонального використання природних ресурсів. В умовах можливої альтернативи практичної реалізації проекту або вибору одного з варіантів, що розглядаються, В.А. Верба та О.А. Загородніх пропонують кілька методів оцінки впливу проекту на навколишнє середовище: метод контрольних списків; метод матриць; метод діаграми потоків; метод сумісного аналізу карт [2]. Усі ці методи найбільш ефективні для оцінки впливу проекту при порівнянні можливих альтернатив на стадії формування проекту, коли підприємство ще не функціонує. У разі реалізації проекту на діючому підприємстві ці методи оцінки неприйнятні.

Сучасна міжнародна практика аналізу екологічних наслідків проектів найчастіше застосовує методи, побудовані на визначенні ринкової ціни виробництва товарів та послуг та безпосередніх витрат, пов'язаних з реалізацією проекту, до яких насамперед належать методи аналізу ефективності витрат і превентивних витрат.

Управління інвестиційною діяльністю на підприємствах харчової промисловості поряд із налагодженням процесу всебічного обґрунтування проектів з позиції екологічного впливу повинно передбачати створення системи інвестиційного контролінгу. Якщо розглядати інвестиційний контролінг як систему методів та інструментів, яка спрямована на підтримку інвестиційного менеджменту і охоплює інформаційне забезпечення, планування, координацію, контроль і внутрішній консалтинг, то, відповідно, головною його метою є забезпечення відпрацювання управлінських рішень в сфері інвестиційної діяльності підприємства задля найкращого досягнення стратегічних цілей.

Побудова системи інвестиційного контролінгу на підприємстві потребує певної послідовності дій:

- 1) визначення об'єкту контролінгу;
- 2) встановлення цілей і завдань інвестиційного контролінгу на кожній стадії підготовки і реалізації окремих інвестиційних проектів та інвестиційної програми в цілому;
- 3) формування системи пріоритетних критеріїв та встановлення їх кількісних стандартів (нормативів);
- 4) організація системи моніторингу пріоритетних показників (критеріїв) та формування сукупності алгоритмів дій по усуненню критичних відхилень значень показників від їх кількісних стандартів;
- 5) розробка системи звітностей по окремому інвестиційному проекту та інвестиційній програмі підприємства в цілому і встановлення періодичності її заповнення;
- 6) узгодження організаційних моментів функціонування системи інвестиційного контролінгу на підприємстві.

#### **ЛІТЕРАТУРА:**

1. Капітальні інвестиції в Україні у 2010-2013 роках : Стат. збір. [Електронний ресурс] / Державна служба статистики України. – Режим доступу: [http://ukrstat.org/uk/operativ/menu/menu\\_u/prom.htm](http://ukrstat.org/uk/operativ/menu/menu_u/prom.htm).
2. Верба, В.А. Проектний аналіз : Підручник / В.А. Верба, О.А. Загородніх. – К. : КНЕУ, 2000. – 386 с.

## **ЕФЕКТИВНІСТЬ ІНВЕСТИЦІЙ В ІННОВАЦІЙНИЙ ЕНЕРГОМЕНЕДЖМЕНТ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ЦУКРОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ**

**Т.П. Василенко**

*Національний університет харчових технологій*

Конкуренентоспроможність підприємств вітчизняної цукрової галузі визначається, в першу чергу, необхідністю постійних інноваційних змін в їхній

виробничо-господарській діяльності. Особливе значення інноваційно-інвестиційні проекти мають як внаслідок застарілості технологічної бази більшості підприємств галузі, так і актуалізації проблеми забезпечення економічної та енергетичної безпеки України.

Необхідність забезпечення стійкого розвитку вимагає інноваційних шляхів ведення бізнесу та управління ним. Систематичний моніторинг та аналіз ефективності використання енергії потребує інтеграції з фінансовою оцінкою ефективності, а цього не можна досягти без складного інструментарію для управління даними з енергоефективності. З точки зору інноваційних рішень з управління енергоефективністю слід говорити про адекватне методологічне забезпечення, яке:

- дозволяє підприємствам визначати ефективність, консолідувати ресурси та підвищувати продуктивність з допомогою бенчмаркінгу;

- забезпечує достовірність даних шляхом використання аналогічних фінансовій сфері методів, консолідує дані та звітність у відповідності з різними принципами, протоколами та вимогами.

Застосування енергоекономічного менеджменту в галузі та на підприємстві – це інноваційне рішення, пов'язане з модернізацією існуючих методів управління, а також самої психології управління енергоспоживанням та енерговитратами. Необхідно подолати застарілу управлінську практику, за якої бізнес-процеси з управління споживанням енергоресурсів об'єднані з процесами експлуатації основного технологічного обладнання та системою енергопостачання підприємства (з технічною діяльністю енергослужб). Синергізм окремих видів діяльності компаній та підприємств визначає стратегічні переваги, які виникають в результаті об'єднання кількох компонентів стратегії підприємства в одне ціле. В результаті комплексний ефект від впровадження комплексних інноваційно-інвестиційних процесів стає більшим, ніж сума окремих, не пов'язаних між собою, інвестиційних проектів.

До елементів синергетичного ефекту енергетичного менеджменту в області фінансової діяльності підприємств можна віднести наступні: покращення фінансових показників за рахунок прямої економії всіх видів енергоресурсів; скорочення витрат, визначення та усунення неефективних витрат; підвищення фінансової прозорості діяльності організації; гарантоване інвестування в проекти з енергозбереження; забезпечення інвестиційної привабливості та зростання вартості (капіталізація) корпорації.

Враховуючи синергетичний характер енергетичного менеджменту, перевагу під час аналізу ефективності інноваційно-інвестиційних проектів (ІІП) в енергозбереження слід надавати методам, що дозволяють одночасно враховувати так звані комплексні науково обґрунтовані показники ефективності.

Складність інноваційно-інвестиційної діяльності підприємств проявляється, перш за все, в розробці інноваційної стратегії. Інноваційні стратегії підприємств є джерелом складних умов для управління (менеджменту), в першу чергу, невизначеності результатів, інвестиційних ризиків. ІІП характеризуються суттєвою внутрішньою невизначеністю,

великою кількістю контрольних очок прийняття рішень та слабкою прогнозованістю параметрів зовнішнього середовища.

Для оцінки ефективності ІІІ в енергоменеджменті на сьогодні використовуються дисконтовані показники: чистий дисконтований дохід, внутрішня норма дохідності, термін окупності з врахуванням дисконтування, індекс рентабельності проекту, потреба в додатковому фінансуванні з врахуванням дисконтування. Однак відкритими є питання порівняння проектів з різними термінами життя, формування оптимального портфеля інвестицій, забезпечення високих оцінок показників рентабельності капіталовкладень. До того ж, врахування факторів невизначеності та ризиків обмежується, як правило, якісним аналізом.

До того ж, застосування традиційних методологій ускладнюється при оцінюванні інноваційних проектів в енергетичний менеджмент ще й тим, що вони не дозволяють врахувати високий рівень невизначеності в прогнозах грошових потоків, а також високий рівень ризику, характерний для всіх етапів інноваційних проектів. Адже, за визначенням, інноваційні проекти мають змінні неординарні грошові потоки, високий рівень невизначеності та дискретності, з однієї сторони, та значні можливості розвитку, з іншої.

Аналіз сучасного досвіду розвинених країн з розробки методологічних засад дослідження інновацій дозволяє розробити сучасну методологію дослідження інноваційної діяльності цукрової промисловості та її окремих підприємств із врахуванням ризиків та невизначеності в умовах сучасного стану економіки держави.

Оцінювання синергетичної (економічної, екологічної та соціальної) ефективності ІІІ в енергозбереженні повинно проводитися у відповідності до міжнародних та адаптованих до них національних стандартів оцінювання ефективності проектів та базуватися на фундаментальних (загальних) та специфічних методологічних принципах. До фундаментальних відносяться: науково-технічна обґрунтованість, можливість моделювання, багатокритеріальність, комплексність, корисність, вимірюваність та співставимість. До специфічних принципів слід віднести, в тому числі: врахування інтересів різних учасників, зміщуваність, очікування, гнучкість тощо.

## **РЕІНЖИНІРИНГ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ПІДПРИЄМСТВА**

**І.В. Жалінська**, канд. екон. наук,

**І.С. Дзюбак**

*Житомирський державний технологічний університет*

Динамічність сучасного бізнес-середовища, яка проявляється в істотних змінах у технологіях, ринках збуту і потребах споживачів, зумовлює неослабний інтерес вітчизняних вчених і практиків менеджменту до інструментарію та методів управління, які сприяють вдосконаленню діяльності підприємств, підвищенню результативності та ефективності управління ними. Одним із основних напрямів створення ефективної системи управління

бізнесом нині вважається використання процесного підходу, в межах якого набула популярності концепція реінжинірингу бізнес-процесів.

Актуальність дослідження полягає в тому, що реінжиніринг бізнес-процесів як один із найскладніших етапів у підвищенні конкурентоспроможності підприємств полягає в революційному усуненні кризових явищ, створенні і підтримці системи безупинних покращень результативності бізнесу.

Даному питанню багато уваги приділяється у наукових працях вітчизняних і зарубіжних вчених та науковців [1-5]. Зокрема, широке висвітлення сутності реінжинірингу бізнес-процесів знайшло відображення у працях таких відомих учених, як М. Хаммера, Д. Чампі, Е. Г. Ойхмана, А. Шеєра, Д. Брімсон, Б. Андерсена, М. Робсона, В.В. Рєпіна, О.Н. Криворучко, В.В. Кондратьєва та ін.

Реінжиніринг бізнес-процесів (далі – РБП), як і багато інших сучасних методів управління, запозичений із Заходу. Як науково-практичний напрям реінжиніринг бізнес-процесів виник у США і швидко перетворився на одну з провідних і таких, що активно розвиваються, галузей інформатики. Сьогодні починається просування консалтингових послуг та інструментів з реінжинірингу і на вітчизняний ринок.

Родоначальником терміна «реінжиніринг» вважається Майкл Хаммер. За його визначенням, реінжиніринг – це фундаментальне переосмислення і радикальне перепроєктування бізнес-процесів з метою досягнення істотного поліпшення якості функціонування. Реінжиніринг бізнес-процесів – це сукупність методів і засобів, призначених для кардинального покращання основних показників діяльності підприємства шляхом моделювання, аналізу і перепроєктування існуючих бізнес-процесів. РБП застосовується за необхідності радикальних змін, що передбачає створення цілком нових, ефективніших бізнес-процесів на підприємстві без урахування їх старої організації.

Визначення РБП містять в собі три ключові характеристики: «істотне поліпшення», «радикальне перепроєктування» та «бізнес-процес». Саме розкриття змісту ключових слів приводить до розуміння суті реінжинірингу.

Істотне покращання – це не просто підвищення певного параметру підприємства або покращання роботи окремої ланки організації на визначений відсоток. Це якісний перехід до нового рівня ефективності бізнесу, здійснення прориву. Критерій реінжинірингу – разючий прорив в ефективності функціонування.

Радикальне перетворення означає звернення до першопричин речей. Тобто, реінжиніринг – не поліпшення існуючого положення речей, не проведення косметичних заходів та часткових змін, не перетасування вже існуючих систем функціонування організації. Це відмова від того, що було раніше, новий винахід того, як робота повинна бути виконана.

Третє ключове слово у визначенні – «бізнес-процес», під яким розуміють групу взаємозалежних завдань, що спільно створюють цінність для споживача. Споживачу однаково, яким чином всередині підприємства організовано

виконання тих або інших завдань/робіт – для нього важлива тільки та цінність, яку він одержує у вигляді продукту і послуг підприємства. У традиційній організації процеси, проходячи через численні організаційні підрозділи – фрагментовані, приховані і по суті некеровані. Проте процеси є першоосновою організації, засобом створення цінності для споживачів.

Отже, вся суть реінжинірингу побудована на системі докорінних перетворень в організації. Реінжиніринг має коріння в інженерному підході до науки управління. Його суть – це спочатку моделювання організації, а потім зміна цієї моделі під рішення конкретних поточних та перспективних завдань, частіше за все шляхом рішучого «відрубання» нераціональних ланок та функцій. Реінжиніринг бізнес-процесів втілюється стрибкоподібно, в великих масштабах, згори вниз по організаційній структурі. Цей підхід дає можливість радикального поновлення отримання результату за рахунок створення нових технологій бізнес-процесів.

#### **ЛІТЕРАТУРА:**

1. Бьєрн, А. Бизнес-процессы. Инструменты совершенствования / Андерсен Бьєрн ; Пер. с англ. С. В. Ариничева, Науч. ред. Ю.П. Адлер. – М. : РИА “Стандарты и качество”, 2003. – 272 с.

2. Ильин, В.В. Моделирование бизнес-процессов : практический опыт разработчика / В.В. Ильин. – М. : Вильямс, 2006. – 176 с.

3. Ойхман Е.Г. Реинжиниринг бизнеса : реинжиниринг организации и информационные технологии / Е.Г. Ойхман, Е.М. Попов – М. : Финансы и статистика, 1997. – 345 с.

4. Робсон М. Практическое пособие по реинжинирингу бизнес-процессов : Пер. с англ. / Робсон М., Уллах Ф. – М. : ЮНИТИ, 1997.

5. Харрингтон Дж. Оптимизация бизнес-процессов документирование, анализ, управление, оптимизация. / Дж. Харрингтон, К. С. Эсселинг – СПб. : Азбука, БМикро, 2003. – 317 с.

### **МІЖНАРОДНА ФІНАНСОВА ДОПОМОГА ЯК ФАКТОР ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ КРАЇНИ**

**Н.І. Жужукіна**, канд. екон. наук

*Національний університет харчових технологій*

Побудова в Україні демократичної, ефективної держави в умовах агресії з боку сусідньої країни та супротиву корумпованої бюрократії потребує міжнародної фінансової допомоги. Від подібних дій залежала доля і більшості програм економічних реформ в багатьох країнах світу. Приведемо декілька найбільш яскравих прикладів міжнародної фінансової допомоги в сучасній історії:

- план Маршала для країн Західної Європи після другої світової війни;
- допомога країнам Латинської Америки в 1980-1990 рр., надана у вигляді частково скасованої зовнішньої заборгованості;
- допомога Туреччині в 1980 р. для обмеження високої інфляції та кризи зовнішнього боргу;

- допомога Ізраїлю в період економічної стабілізації в 1985 р.;
- допомога Польщі у вигляді фонду стабілізації валюти та часткового анулювання заборгованості.

Така допомога абсолютно необхідна і Україні в сучасних умовах. Разом з тим отримання цих коштів в умовах корупції, коли ресурси розподіляються за ознакою політичного впливу, а не економічної доцільності, може не забезпечити очікуваного ефекту. Досвід інших країн свідчить, що вирішити цю проблему можливо лише за умови переходу від моделі господарювання «влада – бізнес» до моделі «влада – бізнес – громадянське суспільство». Майдан 2013-2014 рр. – засвідчив, що суспільство «дозріло» до того, щоб заявити про своє бажання приймати участь у політичному та економічному житті країни. За останній рік з'явилося багато громадських та волонтерських організацій, які займаються широким колом проблем політичного, соціального та економічного спрямування, намагаючись при цьому контролювати владу в межах сфери своїх інтересів та виявляти при цьому існуючі корупційні сценарії. Поява суспільних мереж і відповідно широкий доступ до інформаційних потоків ускладнює владі застосування «підкалімного» принципу прийняття рішень. Саме перетворення України в громадську державу яке відбувається зараз, надає можливість забезпечити контроль за ефективністю використання міжнародної фінансової допомоги.

## **ОЦІНКА ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ АГРАРНОГО СЕКТОРУ ВОЛИНСЬКОЇ ОБЛАСТІ**

**Н.І. Зеленська**

*Волинський технікум*

*Національного університету харчових технологій*

В ринкових умовах господарювання для реформованих підприємств аграрного сектора економіки України однією з головних проблем є залучення інвестиційних та інноваційних ресурсів. Крім того, за умов обмеженості внутрішніх ресурсів найбільш привабливим джерелом матеріально-технічного та фінансового забезпечення підприємств є іноземні інвестиції. Проте, на сьогодні їх обсяг та рівень ефективності залишаються вкрай недостатніми через наявність цілої низки чинників: нестабільності законодавчої бази, відсутності належного захисту інвесторів та недостатньої прибутковості інвестицій. Країни, які отримують іноземні інвестиції, можуть мати вагомий ефективні результати від їх вкладення за наявності відповідного механізму використання. Саме тому дослідження можливостей подальшого залучення іноземних інвестицій в аграрний сектор економіки України та їх ефективного використання, а також розробка відповідного механізму реалізації цих можливостей є невідкладними завданнями, які вимагають вирішення.

Важливість проблеми поліпшення інвестиційного клімату у сільськогосподарському виробництві привертає постійну увагу до цієї теми вчених економістів в Україні і за її межами. Серед праць зарубіжних учених, які досліджували проблеми теорії інвестування, уваги заслуговують роботи

І. Ангелова, В. Беренца, Л. Гітмана, М. Джонка, В. Шарпа, М. Портера, Г. Бірмана, Л. Мінделі, Д. Стігліца, С. Фішера, Ю. Яковца. Багато вітчизняних учених досліджували дані питання, як от: О. Галушко, А. Гальчинський, В. Геєць, Б. Губський, А. Даниленко, С. Дорогунцов, С. Ілляшенко, А. Лисецький, М. Хвесик та ін. Незважаючи на значний обсяг проведених попередніх досліджень, ряд теоретичних і практичних питань не вирішені. Відповідно до цього, основна мета дослідження передбачає характеристику інвестиційної привабливості та перспектив інвестування у сільськогосподарський сектор Волинської області.

Для підвищення ефективності та конкурентоспроможності сільськогосподарського виробництва в Україні сільськогосподарський сектор держави потребує значних капітальних вкладень. За даними Міністерства аграрної політики та продовольства України, за останні 18 років в сектор АПК України потрапило близько 2,5 млрд. дол. прямих інвестицій. Для подальшого розвитку аграрного сектора істотною перешкодою залишається висока зношеність основних засобів виробництва, застаріла техніка та технології. Зокрема, щорічне зношення основних засобів, насамперед технічних, у 10 разів перевищує їх оновлення. Через різке зниження платоспроможності сільськогосподарських товаровиробників фондоозброєність у галузі зменшилась у 4,5 рази.

Пріоритетними напрямками капіталовкладень є: введення в дію тваринницьких приміщень; будівництво елеваторів, оптово-роздрібних ринків сільськогосподарської продукції, заводів з альтернативних видів палива; зведення теплиць закритого ґрунту; будівництво комбікормових, силосних та сінажних споруд; рекультивация земель.

Агропромисловий комплекс Волині є провідною галуззю економіки області, яка має потужний інвестиційний потенціал. Основними напрямками спеціалізації цього сектора є вирощування зернових, цукрових буряків, картоплі, овочів, а також м'ясо-молочне тваринництво. У рослинництві виробляється 55 відсотків загального обсягу сільськогосподарського виробництва, у тваринництві – 45 відсотків. Інвестиційні ресурси дають змогу здійснювати технічне переоснащення, освоювати випуск продукції, конкурентоздатної як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках. Сільськогосподарських товаровиробників інвестують переробні та сервісні підприємства. Ряд суб'єктів господарювання максимально поєднують приватну власність з можливістю широкого використання оренди земель великими приватними господарствами.

Волинська область протягом останніх років за обсягами приросту інвестицій посідає одне з перших місць в Україні, але найменшу частку іноземних і вітчизняних інвестицій вкладають у сільське господарство, в якому інвестиції можуть спрямовуватися у переробку рослинної продукції, а саме, картоплі, яка за обсягами вирощування займає перше місце в цій галузі. Є інвестори, котрі готові вкладати кошти у створення підприємств з переробки картоплі, але вони вимагають гарантії того, що матимуть прибуток від вкладених коштів [1].



Подальший розвиток аграрного сектору Волині визначається рівнем інвестиційних можливостей та інвестиційною привабливістю галузі. Пріоритетними напрямками реалізації аграрної політики є нарощування виробництва та підвищення конкурентоспроможності картоплі, як основної культури регіону, збільшення її експорту, розвиток інфраструктури аграрного ринку, формування цілісної системи фінансово-кредитного забезпечення агропромислового комплексу, а також створення привабливих умов для розвитку соціальної сфери села. Для реалізації цих завдань і потрібні іноземні інвестиції, що через низку причин надходять в економіку нашої країни поки що в недостатньому обсязі [2].

Отже, аграрна політика уряду у сфері вирощування та реалізації сільськогосподарської продукції у найближчій перспективі має бути спрямована на стійкий розвиток агропромислового комплексу на інноваційній основі, продовольчого забезпечення країни, утвердження повноцінного ринку землі, нарощування експортного потенціалу, застосування узгоджених із нормами СОТ механізмів захисту національного аграрного ринку. А інвестиції в аграрний сектор приведуть до економічного зростання, середовища в регіонах, сприятливого для інновацій [3].

#### **ЛІТЕРАТУРА:**

1. Буряк, А.В. Інвестиційно-інноваційне прискорення розвитку аграрних підприємств : монографія / А.В. Буряк. – К. : ННЦ ІАЕ, 2011. – 204 с.
2. Дем'яненко, М.Я. Державна підтримка як фактор забезпечення конкурентоспроможного аграрного виробництва / М.Я. Дем'яненко // Економіка АПК-2010. – №9. – С. 3-9.
3. Покатаєва, О.В. Роль інвестицій у підвищенні конкурентоспроможності галузей економіки / О.В. Покатаєва // Держава та регіони. Серія : Економіка та підприємництво. – 2011. – №3. – С. 232-237.

### **ІНВЕСТИЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ВОЛИНСЬКОЇ ОБЛАСТІ**

**В.В. Кравчук,**

**Н.В. Кінах,** канд. екон. наук

*Волинський технікум*

*Національного університету харчових технологій*

Ефективність інвестиційної політики залежить від того, наскільки при її формуванні враховані макроекономічні та регіональні аспекти, узгоджені та стратегічно зорієнтовані на досягнення загальних економічних результатів інтереси центру та регіону.

В умовах виходу економіки України, зокрема, і Волинської області з кризового стану надзвичайно важливого значення набуває активізація інвестиційної діяльності, оскільки без цього неможливо здійснити прогресивне структурне зрушення в економіці, інноваційне оновлення її реального сектора, підвищити конкурентоспроможність та забезпечити сталий соціально-економічний розвиток регіону.

Дослідженням інвестиційного розвитку займаються провідні вітчизняні та зарубіжні вчені, зокрема, такі як С. Бандур, П. Беленький, Є. Бойко, Ю. Гохберг, М. Козоріз, О. Кузьмін, І. Лукінов, В. Ляшенко, Л. Мармуль, О. Сталінська, І. Хмарська, Т. Чернявська та ін.

Як показує досвід, Волинська область є пріоритетним регіоном для залучення як іноземних, так і вітчизняних коштів. Волинська область розташована на північно-західній частині України. На півночі межує з Республікою Білорусь, на заході – з Люблінським воєводством Республіки Польща, на сході – з Рівненською і на півдні – Львівською областями України. Отже, область вирізняється вдалим географічним розташуванням, має розвинену транспортну систему. Привабливість Волинської області для потенційних інвесторів зростає при врахуванні її сильних сторін і переваг, до яких належить високий рівень освітньої інфраструктури. Волинська область відноситься до традиційно трудонадлишкових областей, її ринок праці є особливо привабливим (висока якість трудових ресурсів в освіті та рівень кваліфікації, сприятлива вікова структура, відносно низька вартість робочої сили); розвинута транспортна і прикордонна інфраструктура. На території області діє 9 митних переходів. Через територію області проходить частина головного європейського водорозділу, який розділяє басейни Чорного і Балтійського морів.

Протягом останніх років у Волинській області встановилась позитивна динаміка надходження інвестицій в основний капітал та перевищення темпів росту залучення капітальних вкладень в оновлення активної частини основних фондів над темпами росту обсягів інвестицій в основний капітал в цілому [3].

Спостерігається позитивна динаміка у технологічній структурі інвестицій: збільшуються обсяги інвестицій на придбання технологічних ліній, обладнання та інструментів. Найбільше інвестицій отримали господарюючі суб'єкти міст Луцька, Нововолинського, Ковельського і Луцького районів, у які спрямовано майже 91% всіх інвестицій. Велике значення для інвестиційного забезпечення регіону має залучення коштів іноземних інвесторів.

Понад 14% іноземних капіталовкладень спрямовані для налагодження торгово-посередницької діяльності, а також надання різноманітних послуг, зокрема здійснення операцій з нерухомим майном, оренду, надання послуг підприємцям. Інвестиції надійшли з 39 держав світу. Основними країнами-інвесторами є Польща – 83 млн. дол., Велика Британія – 51,9 млн. дол., Кіпр – 20 млн. дол., Швеція – 16,5 млн. дол., Швейцарія – 11,1 млн. дол., Канада – 7 млн. дол., Словаччина – 5,9 млн. дол., Австрія – 5,3 млн. дол., Німеччина – 4 млн. дол. [2].

Порівнюючи динаміку інвестиційних вкладів минулих років, можна спостерігати значні зміни: у 2009 році у Волинську область надійшло 63 млн. дол., у 2010 – 20 млн. дол., у 2011 – 27,4 млн. дол., у 2012 рівень інвестицій зріс у 2,5 рази, і становив 69,5 млн. дол., у 2013 році – 24 млн. дол. За 2014 рік в економіку області іноземними інвесторами вкладено 19 мільйонів доларів США прямих інвестицій. Загальний обсяг прямих іноземних інвестицій (ПІІ), за весь період інвестування, на 31 грудня 2014 року становив близько 272 млн. дол. або

в середньому майже 262 долари на одного жителя області. ПІ надійшли на 249 підприємств області. Найбільше іноземних капіталовкладень (62,5% загального обсягу прямих інвестицій) залучено у виробничий сектор: оброблення деревини та виробництво виробів з неї (ТзОВ «Кроноспан», Кіпр), машинобудування (ТзОВ «Кромбергенд Шуберт Україна», Німеччина, Австрія) ТзОВ «СКФ» (Швеція), ПАТ "ДП "Луцький автоскладальний завод № 1 АК «Богдан Моторс» (Великобританія), виробництво харчових продуктів (ВАТ"Волиньхолдінг" (Швейцарія), виробництво меблів («Гербор-Холдінг», «Модерн-Експо», «БРВ-Україна» – Республіка Польща), хімічне виробництво, виготовлення гумових та пластмасових виробів (ТОВ «Теріхем», Словаччина). 41,6% всіх ПІ зосереджено на підприємствах міста Луцька.

Прикладами успішної реалізації інвестиційних проектів з участю іноземного капіталу є підприємства ВАТ «Луцький підшипниковий завод», ВАТ «Луцький автомобільний завод», СП «Вест-Україна», «Даймлер Крайслер АГ» та інші. За даними Волинського обласного центру зайнятості, серед лідерів з працевлаштування волинян такі підприємства з іноземними інвестиціями: ТзОВ «Кромбергенд Шуберт» (німецькі інвестиції), СПТОВ «Модерн-Експо» (польські), СП Теріхем Луцьк (словацькі), а також АТ «СКФ Україна» публічне (шведські), «Волиньхолдінг» (швейцарські), «БРВ Україна» (польські).

Серед пріоритетних галузей залучення інвестицій у Волинській області відповідно до природно-географічних та соціально-економічних умов ведення господарства та вимог ринку можна виділити такі: харчова та переробна, машинобудівна та приладобудівна промисловості, технічне переоснащення яких потребує чималих капіталовкладень; деревообробна та лісова, в якій існує можливість створення завершеного циклу виробництва; легка та хімічна промисловості. Не менш необхідними є також інвестиційні вкладення в туристично-рекреаційний комплекс та соціальну інфраструктуру [1].

Луцькою міською радою у якості партнера реалізовано два проекти: «Європейські стандарти проектної співпраці в реалізації транскордонних ініціатив Любліна і Луцька», «Міста розвитку – використання польського та українського досвіду у сфері створення сучасного самоврядування». Також підписані Угоди про співпрацю між Луцькою міською радою та Торгово-промисловою палатою Італії, з комітетом Комунального господарства Національної економічної палати у Варшаві, про партнерство між містами Луцьк – Тракай (Литва). В рамках проекту «Локальні інвестиції та національна конкурентоспроможність» через Агентство США з міжнародного розвитку розроблено Стратегічний план економічного розвитку та підвищення конкурентоспроможності Центрально-Волинського Субрегіону [4].

Отже, у Волинській області накопичено значний досвід роботи як з іноземними інвесторами, так і з різними зарубіжними фондами і програмами міжнародної технічної допомоги. Однак потенціал співпраці з огляду на велику інвестиційну ємність регіону використовується не повністю.

У «Стратегії економічного і соціального розвитку Волинської області» зазначено, що з метою збільшення обсягів інвестиційних ресурсів необхідно активізувати роботу у наступних напрямках [3]:

- створення сприятливих умов для залучення грошових заощаджень населення в інвестиційну діяльність;
- використання можливостей фондового ринку;
- запровадження іпотечного кредитування під заставу нерухомості та землі;
- інвестиційне спрямування амортизаційних відрахувань.

На Волині розроблено перелік інвестиційних проектів та пропозицій підприємств, установ та організацій, які на період 2010-2020 років потребують залучення інвестицій майже на 790 млн. дол. США [3].

У міськраді запевняють, що для покращення інвестиційного клімату роблять усе можливе. Один із нещодавніх кроків – створення нового відділу інвестиційної політики, який займатиметься «роботою з інвесторами, які мають бажання інвестувати у Луцьк». На території Волинської області функціонує регіональний центр з інвестицій та розвитку одним з завдань якого є супровід інвестора за принципом «єдиного вікна». Також діє Волинська агенція із залучення інвестицій.

Волинь має вигідне географічне положення для приваблення інвесторів. Підприємства іноземного походження уже працюють на Волині: їх поява сприяє створенню нових робочих місць.

Проблемними питаннями розвитку залучення інвестицій в регіон є: політична нестабільність в країні; недосконалість існуючої правової бази для інвестиційної діяльності, суперечливість та неповнота чинних законів та нормативно-правових актів; недостатня інформатизація та доступність даних як про об'єкти інвестицій, так і про процес оформлення інвестицій; фінансова нестабільність; недостатня державна підтримка підприємницької діяльності.

#### **ЛІТЕРАТУРА:**

1. Величко, М.С. Стан та перспективи інвестиційного розвитку міста Луцька / М.С. Величко, К.В. Павлов // Науковий вісник ВНУ імені Лесі Українки. – 2011. – №22. – С. 25-30.
2. Головне управління статистики у Волинській області [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.lutsk.ukrstat.gov.ua>.
3. Офіційний сайт Волинської обласної ради [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://volynrada.gov.ua/node/29409>.
4. Офіційний сайт Луцької міської ради [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.lutsk.ua/sites/default/files/moree\\_04.pdf](http://www.lutsk.ua/sites/default/files/moree_04.pdf).

### **УПРАВЛІННЯ НЕМАТЕРІАЛЬНОЮ СКЛАДОВОЮ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ОДИН ІЗ НАПРЯМКІВ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНИХ ПРІОРИТЕТІВ**

**Л.В. Кукурудзяк**  
*Вінницький коледж  
Національного університету харчових технологій*

Однією з ключових проблем теорії і практики сучасного менеджменту є високий рівень невизначеності та його загострення. Розвиток інформаційних

технологій і значне зростання значення інформації в діяльності суб'єктів господарювання набувають принципово нових якостей і можливостей. Тенденції, що відбуваються в бізнес-процесах залишають все менше часу на збирання і опрацювання інформації, використання неякісної інформації сприяє прийняттю неефективних управлінських рішень і, як наслідок, зниженням конкурентоздатності в сфері діяльності підприємств.

Враховуючи вищесказане метою дослідження є визначення основних напрямків управління сучасним бізнес-середовищем підприємств харчової промисловості.

Проведене нами дослідження дозволяє визначити наступний пріоритет в управлінні сучасним підприємством – нематеріальна складова в ресурсному потенціалі підприємства. Адже саме ефективне управління нематеріальними активами підприємства забезпечують ріст як конкурентоспроможності підприємства так і вартості бізнесу в цілому. Особлива увага повинна приділятися спроможності підприємства реагувати на внутрішні і зовнішні зміни: зміна попиту на ринках збуту, створення нових видів продукції, реакція на зміни в організації діяльності.

Одним із пріоритетів в управлінні нематеріальними активами має стати розробка автоматизованої системи допомоги прийняття управлінських рішень, яка може використовувати переваги сучасних інформаційних технологій, засобів комунікації та методик інтелектуальної обробки інформації.

Основний принцип такого підходу криється у вмінні мислити об'єктами. Для того щоб приймати ефективні управлінські рішення на підприємстві у сфері управління нематеріальними активами необхідно в першу чергу мати уяву якими саме об'єктами нематеріальних активів володіє підприємство, адже більшість нематеріальних активів не ідентифіковані взагалі, або їх вартість не достовірно відображаються в балансі та інших формах звітності. З цією метою необхідно провести аналіз об'єктів нематеріальних активів у кожному структурному підрозділі та класифікувати їх за сферою використання у виробничому чи організаційному процесі: використовуються, не використовуються, потенційні. Сформовані бази даних доповнити інформацією: вартість; спосіб отримання (створені, отримані, обмінані, внесені до статутного фонду); індивідуальну характеристику (можливість відокремлення від підприємства: продаж, обмін); термін корисного використання; очікувану економічну вигоду, ефект. При застосуванні об'єктно-орієнтованого аналізу [2] в управлінні нематеріальними активами велика увага приділяється визначенню і предметній характеристиці кожного об'єкту, а в процесі об'єктно-орієнтованого проектування визначаються об'єкти нематеріальних активів і способи їх взаємодії з метою задоволення системних вимог. Декомпозиція предметної галузі управління обумовлюється ідентифікацією понять, атрибутів і асоціацій, а результат виражається в моделі предметної галузі – представлення понять, виражених в термінах предметної галузі задач. В даному випадку якщо мова йде про нематеріальні активи то необхідно представити всю понятійну класифікацію нематеріальних активів, що може бути представлена на підприємстві з акцентом на компетенції та

вміння продукувати нелінійні інновації, що буде в перспективі представляти інтелектуальний капітал і знання для забезпечення патентно-ліцензійної діяльності підприємства. Адже 2014 рік для України характеризується низьким рівнем винахідницької активності промисловими підприємствами. За цей період подано лише 265 заявок на винаходи та корисні моделі, що майже на 28 % менше ніж у попередньому році. Їх частка в загальній кількості поданих заявок скоротилася з 4,9 % у 2013 до 3,6 % у 2014 році. Найбільш активними в поданні заявок були промислові підприємства з виробництва машин та устаткування – 71 заявка, металургії й виробництва готових металевих виробів – 40 заявок, виробництва електричного устаткування – 30 заявок, виробництва комп'ютерів, електронної та оптичної продукції – 27 заявок, хімічної й нафтохімічної промисловості – 21 заявка. Харчова промисловість займає 5% від загальної кількості поданих заявок промисловими підприємствами України [1].

Аналізуючи показники винахідницької активності національних заявників у регіональному розрізі то заявниками Вінницької, Дніпропетровської, Донецької, Запорізької, Львівської, Одеської, Харківської областей і м. Київ подано близько 80 % від загальної кількості заявок на винаходи та корисні моделі. Вінницька область займає третє місце після м. Києва та Харківської області щодо кількості поданих заявок на винаходи і корисні моделі [1].

Отже, управління нематеріальними активами зі сторони інноваційного пріоритету розвитку підприємств харчової промисловості дасть можливість оперативного реагування, аналізу та допомоги прийняття управлінських рішень в умовах швидкої зміни внутрішнього і зовнішнього середовища на всіх етапах бізнес-процесу підприємства, а нелінійні інновації продукуванню нових підходів до створення мережі нових знань.

#### **ЛІТЕРАТУРА:**

1. Показники винахідницької активності наукових установ академічного профілю та навчальних закладів [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.eurosvita.net/prog/print.php/prog/print.php?id=3931>
2. Крег Л. Применение UML и шаблонов проектирования / Ларман Крег ; Пер. с англ. – [2-е изд.]. – М. : Издательский дом «Вильямс», 2002. – 624 с.

### **ІНВЕСТИЦІЇ В ХАРЧОВУ ПРОМИСЛОВІСТЬ УКРАЇНИ**

**Н.І. Левчук**, канд. екон. наук

*«Інститут економіки та прогнозування» НАН України*

**Т.І. Романовська**, канд. техн. наук

*Національний університет харчових технологій*

Розвиток внутрішнього ринку продовольства України відбувається в умовах дії кризових та деструктивних тенденцій [1, 2, 4]. Періодичне виникнення фінансових та економічних криз в Україні негативно впливає на стан внутрішнього ринку продовольства. У 2014 р. порівняно з попередніми роками зменшився обсяг імпорту продукції харчової промисловості, а також скоротився її експорт (табл. 1).

**Динаміка обсягів експорту та імпорту продукції харчової промисловості,  
млрд. дол. США**

Показники	Роки					
	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Експорт	4,6	6,1	7,4	8,8	8,3	8,0
Імпорт	3,4	3,9	4,4	4,7	5,0	3,7

Виробництво м'яса у 2014 р. збільшилось на 5% порівняно з попереднім роком і становило близько 2,5 млн. тонн. В той же час частка імпортової продукції від загального споживання м'яса та м'ясопродуктів скоротилась з 13% у 2013 р. до 6,4% у 2014 р. Значно скоротився експорт молочної продукції через "молочні війни" з Росією, Білоруссю, а також скоротився імпорт м'ясної та молочної продукції в Україну. Як наслідок, на внутрішньому ринку залишається більше молока, сирів, які не експортували. Поряд з цим в Україну імпортують значні обсяги риби та рибопродуктів, а також вина, горіхів, винограду, плодів та ягід, за якими Україна є імпортозалежною.

В Україні показники споживання продукції, особливо тваринництва, є катастрофічними, зокрема споживання м'яса та м'ясопродуктів становить у середньому 5,1 кг на одну особу. Різке дорожчання продовольства у світі негативно впливає на рівень цін на харчові продукти в Україні.

Особливістю харчової промисловості є те, що фактично вичерпано можливість розширення номенклатури продукції, і нині потрібно здійснювати пошук нових потреб споживачів, удосконалювати технології з покращенням якісних показників продукту, здійснювати перехід на використання екологічно чистої сировини тощо. Інноваційну діяльність має бути направлено на підвищення ефективності виробництва стандартної продукції. Якщо раніше більшість підприємств прагнула збільшити термін зберігання продукту, то нині навпаки, за рахунок скорочення терміну зберігання кінцевого продукту виробник прагне збільшити кількість споживачів [3].

Інвестиційні ресурси більшості українських підприємств виснажені і не можуть забезпечити необхідні модернізаційні перетворення та уможливити адаптацію суб'єктів ринку до посткризових викликів. Залучення прямих іноземних інвестицій у харчову промисловість України представлено на рис. 1.

З 2732,4 млн. дол. США у 2014 р. прямих іноземних інвестицій 40,6% направлено на виробництво напоїв, 22,1% – на виробництво харчових продуктів: цукру, кондитерських виробів тощо, 15,3% – на виробництво олії та тваринних жирів, 5,1% – на виробництво молочних продуктів, 4,9% – на перероблення та консервування фруктів та овочів. Найменше залучено прямих іноземних інвестицій у 2014 р. на виробництво м'яса та м'ясних продуктів.

Можна зробити висновок, що у харчовій промисловості України створено відносно сприятливі умови для залучення прямих іноземних інвестицій. На розвиток харчової промисловості у 2014 р. залучено 2,7 млрд. доларів США іноземних інвестицій, що становить 18,4% від обсягу прямих іноземних

інвестицій у промисловість країни та майже 6% загального обсягу прямих іноземних інвестицій в економіку України.

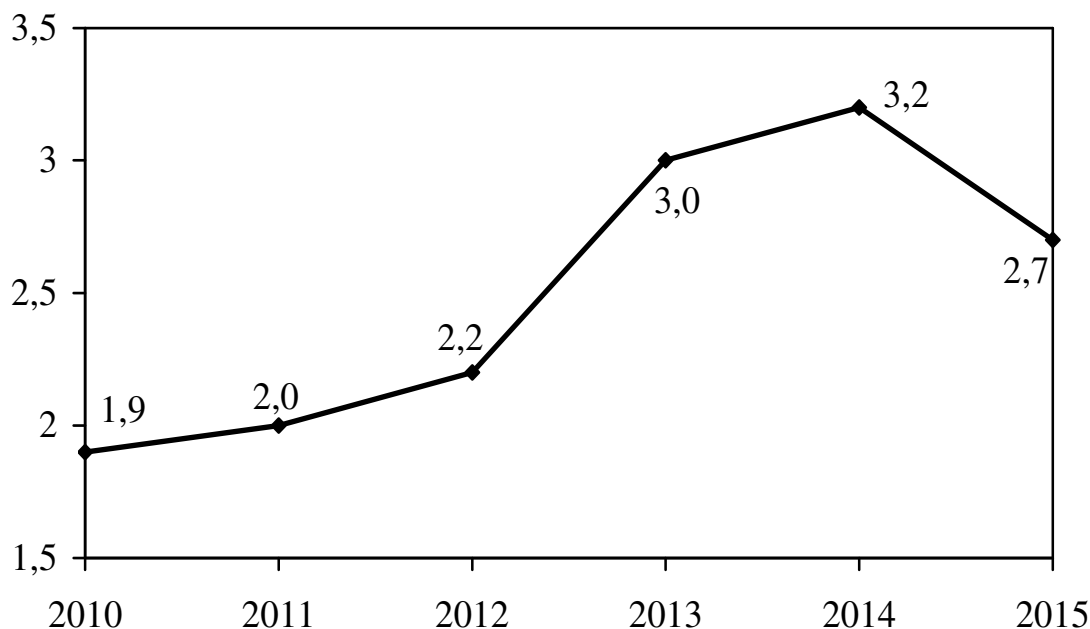


Рис. 1. Прямі інвестиції в харчову промисловість України, млрд. дол. США (наростаючим підсумком, на початок відповідного року)

В Україні потрібно відновлювати та розвивати вітчизняне виробництво харчових продуктів та сировини, також створювати конкурентоспроможне середовище та захист кінцевих споживачів від неякісної продукції.

#### **ЛІТЕРАТУРА:**

1. Захарін, С.В. Інвестиційне забезпечення інноваційно-технологічного розвитку економіки [монографія] / С.В. Захарін. – К. : КНУТД, 2011. – 344 с.
2. Левчук, Н.І. Наслідки здешевлення вартості продукції / Н.І. Левчук // Економіст. – 2013. – № . – С. 45-47.
3. Романовська, Т.І. Фізико-хімічні аспекти харчових технологій / Т.І. Романовська. – К. : Наукова думка, 2006. – 150 с.
4. Структурні зміни та економічний розвиток України: монографія / [Геець В.М., Шинкарук Л.В., Артёмова Т.І. та ін.] ; за ред. д-ра екон. наук Л.В. Шинкарук. – К. : НАН України, Ін-т екон. та прогнозів, 2011. – 696 с.

### **ІННОВАЦІЙНА РЕСТРУКТУРИЗАЦІЯ ХЛІБОПЕКАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ**

**О.П. Литвинюк**

*Національний університет харчових технологій*

Хлібопекарській галузі необхідні інноваційні ідеї стосовно успішного вирішення проблем ефективного функціонування підприємств.

Проблема ефективного використання досягнень науки і техніки, розвитку інноваційних процесів в ході здійснення реструктуризаційних перетворень



економіки стає пріоритетною. Інноваційна складова, спрямована на забезпечення кращої адаптації хлібопекарської галузі до зовнішнього середовища, проявляється в її реструктуризації.

Інноваційна реструктуризація – це постійний процес впровадження нових технологій та окремих технологічних процесів «ноу-хау», застосування ефективних систем менеджменту, оптимізація структури активів, забезпечення високої кваліфікації персоналу з метою підвищення ефективності та конкурентоспроможності підприємства.

У процесі реструктуризації в системі управління хлібопекарським підприємством трансформація, реорганізація, реформування, реінжиніринг є важливими інструментами реалізації відповідного виду перетворень організаційної та управлінської сфери підприємства

Інноваційна реструктуризація практикується на тих хлібопекарських підприємствах, які стабільно працюють, але прагнуть докорінно якісних змін. При проведенні змін головними мають бути інноваційна спрямованість систем управління, гнучкість виробництва, цілеспрямовані і результативні нововведення.

Для забезпечення отримання позитивного ефекту від впровадження інноваційних змін, необхідною умовою є розробка та реалізація ефективної стратегії інноваційної реструктуризації підприємств хлібопекарської галузі.

Статистичні дані за 2012 рік свідчать про недостатню інноваційну активність хлібопекарських підприємств, оскільки з 570 великих і середніх підприємств впроваджували інновації тільки 45 (інноваційна продукція – 21, інноваційні процеси – 19, організаційні інновації – 2, маркетингові інновації – 3). Так, створенню інноваційної продукції хлібопекарських підприємств сприяють іноземні виробники, що реалізують домішувачі до тіста, суміші для випікання хліба, інші інгредієнти, такі, як «Лесафр» (Франція), «Лейпурін» (Фінляндія) та ін.

Необхідність проведення інноваційної реструктуризації хлібопекарських підприємства зумовлена проблемами, серед яких: деформована галузева структура виробництва, в якій переважають висока енерго- та ресурсоемність промислових технологій, фізична та моральна зношеність основних виробничих фондів, недосконалість та неефективність системи управління; техніко-технологічне відставання вітчизняних виробництв.

Напрямами інноваційної реструктуризації є організація системи управління якістю та умов її сертифікації, а також створення ринково орієнтованих модульних систем управління підприємства (менеджмент, маркетинг, логістика кадрів, фінансів) та їх інтеграція в новий менеджмент підприємства, спрямований на соціальний фактор.

Головними сферами, в яких очікується покращення економічної ефективності хлібопекарських підприємств завдяки інноваційній реструктуризації, є майно, фінанси, організація, персонал, а також виробництво і продаж.

Від вибору правильної сукупності інноваційно-реструктуризаційних заходів залежить ефективність перебудови та її наслідки.

Інноваційний вид реструктуризації підприємства обов'язково потребує відповідного наукового супроводу за рахунок удосконалення інноваційної інфраструктури та приведення її до вимог ринкового середовища

Головними факторами, які стримують реалізацію інноваційної діяльності хлібопекарських підприємств і, як наслідок, проведення інноваційної реструктуризації, є відсутність фінансових ресурсів та можливостей використання деяких видів інновацій, високі економічні ризики від впровадження інновацій та кредитні ставки, а також нестабільна ситуація у податковому законодавстві.

Для багатьох хлібопекарських підприємств, які зіткнулися з проблемою конкуренції, виживання в жорстких умовах ринкової економіки, саме інноваційна реструктуризація та її результати повинні стати головною умовою підвищення ефективності виробництва.

Отже, інноваційні процеси щодо здійснення реструктуризації є стратегічним напрямом, що здатний забезпечити продовольчу безпеку України, збільшити її економічний потенціал, підвищити конкурентоспроможність продукції як на внутрішньому, так і на зовнішніх ринках, поліпшити якість і підвищити рівень життя населення. Вітчизняний та зарубіжний досвід доводять, що в галузі з виробництва хлібобулочних виробів інноваційний розвиток є одним з ключових для досягнення конкурентоспроможності.

#### **ЛІТЕРАТУРА:**

1. Дорофеева, А.А. Направление реализации реструктуризации украинских предприятий в современных условиях / А.А. Дорофеева, Т.С. Петреченко // Вісник Донецького національного університету. – 2010. – №2. – С. 188-195.

2. Скопенко, Н. С. Інноваційний розвиток хлібопекарської галузі України: основні напрями, проблеми, ризики [Електронний ресурс] / Н.С. Скопенко. – Режим доступу: <http://ena.lp.edu.ua>.

3. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

### **ІНВЕСТИЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ВІННИЦЬКОЇ ОБЛАСТІ**

**Г.А. Меліховець**

*Вінницький коледж*

*Національного університету харчових технологій*

Інвестиції являються одним із ключових елементів, які визначають ефективність функціонування конкретного суб'єкта господарювання, економічної системи держави або окремого регіону.

Активна інвестиційна діяльність підприємства сприяє вирішенню соціальних проблем, забезпечує достатню зайнятість населення, дає змогу оновлювати виробництво, проводити модернізацію й нарощування основних засобів, впроваджувати новітні технології тощо.

Метою дослідження є обґрунтування практичних рекомендацій щодо активізації інвестиційного забезпечення підприємств Вінницької області.

Інвестиційне середовище Вінниччини одночасно є і привабливим, і застережливим. Незважаючи на те, що Вінниччина займає стратегічно вигідне географічне положення, має багаті природні ресурси та робочу силу з високим рівнем кваліфікації та освіти, що робить привабливим її інвестиційне середовище, вона ще не сформувала необхідного інвестиційного потенціалу внаслідок багатьох причин.

Оцінка фінансування регіону показала, що за 2014 рік підприємствами та організаціями області за рахунок усіх джерел фінансування освоєно 5490,9 млн. грн. капітальних інвестицій, що становить 11 місце серед регіонів України [1]. У порівняних цінах цей показник на 22,3 % менше від обсягу капітальних інвестицій за відповідний період попереднього року (18 місце серед регіонів України), що є негативним.

Головним джерелом інвестування у 2014р. залишаються власні кошти підприємств та організацій, за рахунок яких освоєно 69,6 % загального обсягу капітальних інвестицій. Частка запозичених коштів, за рахунок кредитів банків та інших позик, становила 8,9 %. Кошти населення на індивідуальне житлове будівництво складають 6,8% капітальних інвестицій, на будівництво власних квартир – 5,9 %. Кошти державного та місцевих бюджетів – 3,4 %, інші джерела фінансування – 3 %, а кошти іноземних інвесторів 0,3% [1].

У 2014 р. в економіку області іноземними інвесторами залучено 28,4 млн. дол. США прямих інвестицій (акціонерного капіталу). Обсяг залучених з початку інвестування прямих іноземних інвестицій (акціонерного капіталу) в економіку області на 31 грудня 2014р. становив 250,9 млн. дол. США. Переважна більшість інвестицій (87,4% загального обсягу акціонерного капіталу) надійшла з країн ЄС – 219,3 млн. дол., з інших країн світу – 31,6 млн. дол. (12,6%) [1].

Кожне із джерел інвестування має свої переваги та недоліки.

Зокрема, найбільшим джерелом інвестування у розвиток підприємства є власні кошти, проте, таке інвестування можливе тільки за умови отримання прибутку як результату діяльності. Сума збитків збиткових підприємств Вінницької області за 9 місяців 2014 р. складає більше 1590,2 млн. грн., що в 3,4 рази більше січня-вересня 2013 року. Із збитками більше 1 млн. грн. спрацювало 58 суб'єктів підприємницької діяльності області [1].

Інвестицій за рахунок кредитів банків та інших позик з кожним днем стають недоступними з причин високих відсоткових ставок (понад 30% річних) та й не кожен банк, відповідно до своїх можливостей, може і хоче кредитувати підприємства, а у структурі банківських кредитів переважають короткострокові.

Кошти державного і місцевого бюджетів є незначними і виділяються тільки на пріоритетні галузі розвитку народного господарства: агропромисловий, житлово-комунальний і машинобудівний комплекси, транспортна інфраструктура, курортно-рекреаційна сфера і туризм, переробна промисловість [2].

Кошти населення на індивідуальне житлове будівництво інвестують

фактично тільки будівельну галузь та дотичні до неї.

Іноземний інвестор займає найменшу питому вагу у структурі фінансування. Для іноземного інвестора застосовується національний режим інвестиційної діяльності, надано рівні умови діяльності з вітчизняними інвесторами. З метою запровадження системного підходу до вирішення проблемних питань діяльності в Україні європейських інвесторів з урахуванням пропозицій Європейської бізнес асоціації та центральних органів виконавчої влади затверджено «План заходів щодо сприяння діяльності іноземних інвесторів» [3].

Для активізації інвестиційного забезпечення підприємств слід здійснити такі заходи:

- дерегуляція підприємницької діяльності шляхом імплементації вже прийнятих рішень та подальшого удосконалення інституційно-правової бази регулювання господарської діяльності;

- обґрунтувати спрямованість фіскальної політики на стимулювання інвестиційної діяльності шляхом запровадження диференційованих податкових ставок на частку прибутку, що спрямовується на інвестиції;

- посилити роль інвестиційної підтримки підприємств та вдосконалити її механізм шляхом тісної співпраці місцевих органів виконавчої влади з підприємцями.

#### **ЛІТЕРАТУРА:**

1. Головного управління статистики у Вінницькій області [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.vn.ukrstat.gov.ua>.

2. Розпорядження Кабінету Міністрів України від 14.08.2013 № 843-р «Про затвердження переліку пріоритетних галузей економіки» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/843-2013-%D1%80>.

3. Розпорядження Кабінету Міністрів України від 19.12.2012 № 1074-р. «План заходів щодо сприяння діяльності іноземних інвесторів» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1074-2012-%D1%80>.

### **УРАХУВАННЯ РЕСУРСНИХ ОБМЕЖЕНЬ ПРИ ФОРМУВАННІ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРОГРАМИ ПІДПРИЄМСТВА**

**С.А. Стахурська**, канд. екон. наук

*Національний університет харчових технологій*

При виборі інвестиційних проектів в процесі формування програми реальних інвестицій виникає ряд проблем, невирішеність яких призводить до складності прийняття інвестиційних господарських рішень в практичній діяльності підприємств. Йдеться про неоднозначність підходів до оцінки ефективності проектів та до системи основних критеріальних показників і обмежень; збалансування інвестиційної програми за параметрами рівня доходності, ризику і ліквідності; забезпечення зв'язку інвестиційної програми з виробничою та фінансовою програмами підприємства тощо. Але, якщо

методичне вирішення цих проблем в цілому існує в науково-методичній літературі, то інвестиційні рішення з відбору інвестиційних проектів до інвестиційної програми обтяжуються такою практично-методичною проблемою як врахування ресурсних обмежень, зокрема: врахування ліміту загального обсягу інвестиційних ресурсів та обмежень середньозваженої вартості інвестиційних ресурсів. Дану проблему можна деталізувати таким чином: обмеження за граничною вартістю інвестиційних ресурсів та обмеження за загальним обсягом інвестиційних ресурсів.

На різних етапах розвитку в залежності від певної стадії життєвого циклу підприємство має різновекторні можливості та потреби щодо інвестиційних ресурсів. Максимальні потреби в інвестиційних ресурсах існують на початкових стадіях життєвого циклу, а також на етапі старіння – з метою відродження та перепроєктування бізнес-процесів. В той же час наявність власних коштів для інвестування та доступні можливості щодо залучення та запозичення у підприємств найбільші на етапі їх розквіту та зрілості. Якщо реалізація інвестиційних проектів пов'язана з використанням запозиченого капіталу, то виникає проблема формування інвестиційної програми підприємства в умовах обмежень середньозваженої вартості інвестиційних ресурсів. Обсяги та вартість запозичення капіталу зростають при розширенні обсягів інвестиційної діяльності. Виникає необхідність визначення граничної вартості інвестиційних ресурсів (ГВІР). Під даним показником розуміють рівень вартості кожної нової одиниці додатково запозиченого підприємством інвестиційного ресурсу. З розвитком підприємства і запозичення ним все більших обсягів інвестиційних ресурсів показник граничної їх вартості постійно зростає, що ускладнює процес відбору інвестиційних проектів до інвестиційної програми підприємства. Вихідні позиції для вирішення даної проблеми такі: інвестиційні проекти є незалежними, чітко визначені показники граничної вартості інвестиційних ресурсів (ГВІР) при збільшенні обсягів додатково запозиченого капіталу, визначені показники внутрішньої ставки доходності (ВСД) за проектами. В цьому випадку формування інвестиційної програми здійснюється в такій послідовності:

- здійснюється ранжування інвестиційних проектів за показником ВСД на регресійній основі: перша позиція відповідатиме найбільшому значенню ВСД (яке є найкращим);

- визначаються необхідні обсяги запозичення інвестиційних ресурсів по кожному проекту;

- здійснюється ранжування додатково запозичених джерел інвестиційних ресурсів за показником граничної вартості інвестиційних ресурсів (ГВІР) на прогресійній основі; в даному випадку на першій позиції стоятиме джерело інвестиційного ресурсу з найменшим (найкращим) значенням ГВІР;

- визначаються можливі обсяги запозичення по кожному джерелу інвестиційних ресурсів;

- здійснюється поступовий відбір джерел запозичення для ранжованого списку інвестиційних проектів на підставі співвідношення показників ВСД та ГВІР за критерієм:

$$\text{ВСД} : \text{ГВІР} \rightarrow \max$$

при обмеженні  $\text{ВСД} : \text{ГВІР} > 1$ .

При досягненні співвідношення  $\text{ВСД}$  і  $\text{ГВІР}$  рівного одиниці подальший відбір джерел запозичення припиняється, оскільки використання наступного ресурсу буде уже не ефективним. Усі інші проекти та джерела запозичення відходять до так званої «зони неефективності запозичення інвестиційних ресурсів».

Таким чином вирішується перша проблема інвестиційно-ресурсного обмеження інвестиційної програми підприємства, а саме: відбір проектів до інвестиційної програми з урахуванням граничної вартості інвестиційних ресурсів (в порівнянні з внутрішньою ставкою доходності проектів), що забезпечує ефективність запозичень. Але на тлі вирішення даної задачі може виникнути ще одна проблема ресурсного характеру. Звісно, що обсяги власних інвестиційних ресурсів у підприємств обмежені, а обсяги запозичень капіталу на певному етапі можуть негативно позначитись на стані фінансової стійкості та платоспроможності. Цим негативним проявам можна запобігти, якщо запропоновані критеріальні обмеження доповнити обмеженнями по можливих (допустимих) обсягах запозичення інвестиційних ресурсів (МОЗІР). Тоді загальні обмеження будуть такі:

$$\begin{aligned} \text{ВСД} : \text{ГВІР} &> 1; \\ \Sigma \text{ОДІР} &\leq \text{МОЗІР}. \end{aligned}$$

Тобто відбір інвестиційних проектів до інвестиційної програми підприємства може бути припинений не лише за умови, що співвідношення внутрішньої ставки доходності проектів та граничної вартості інвестиційних ресурсів менше або дорівнює одиниці, але й раніше: коли обсяги додаткового запозичення інвестиційних ресурсів (ОДІР) досягнуть критичної межі – можливих обсягів запозичення інвестиційних ресурсів (МОЗІР).

#### **ЛІТЕРАТУРА:**

1. Бланк, И.А. Инвестиционный менеджмент: [учебный курс] / И.А. Бланк. – [2-е изд., перераб. и доп.]. – К. : Эльга, Ника-Центр, 2006. – 552 с.
2. Козаченко, А.В. Экономическая безопасность предприятия: сущность и механизм обеспечения / А.В. Козаченко, В.П. Пономарёв, А.Н. Ляшенко. – К. : Либра, 2003. – 280 с.

### **ВИКОРИСТАННЯ ТРИЄДИНОГО ПІДХОДУ ДО ЕНЕРГОЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЦУКРОВИХ ПІДПРИЄМСТВ**

**В.В. Струнін**

*Національний університет харчових технологій*

Складність функціонування через лімітованість та вартість ресурсів є характерною рисою сьогодення вітчизняних підприємств. У цьому контексті актуальним питанням постає обрання стратегічно правильного вектору при формуванні ресурсної політики підприємств.

У сучасних умовах розвитку економічних процесів цукрова галузь перебуває в занепаді і має низку проблем, які потребують нагального вирішення. Аналіз діяльності підприємств даної галузі засвідчили їх переважно збиткову діяльність протягом тривалого часу. У зв'язку з цим багато з них припинило діяльність [1; 2]. Однією з них виступає велика енергоємність виробництва цукру, що безпосередньо впливає на ефективність функціонування підприємств цукрової галузі.

Досліджуючи проблему енергозабезпечення підприємств, було зроблено висновок, що максимально повне використання потенціалу кожної одиниці ресурсу на кожному етапі функціонування підприємства є пріоритетним завданням для управління ресурсами.

При цьому, вдаючись до оптимізації енергетичних витрат варто приділяти особливу увагу питанням енергозбереження та енергоощадності. Такий підхід зумовлює пошук та впровадження якісно нових рішень у галузі енергозабезпечення підприємств.

З метою вирішення означеної проблематики визначено за доцільне використання триєдиного підходу до формування енергоефективної діяльності підприємства на основі організаційно-економічного, логістичного та проектного підходів з методикою розрахунку, формування і використання енергетичного резерву. Триєдиний підхід дозволяє створити можливість своєчасного виявлення, формування та реалізації енергетичного потенціалу підприємства.

Основним рішенням в межах зазначеного підходу є формування та використання енергетичного резерву на підприємстві, базовий принцип якого полягає у створенні запасу енергоресурсу у будь-якому доступному для подальшого використання вигляді на умовах, які дозволяють провадити ефективну діяльність підприємства на підставі економії часу, товарно-матеріальних цінностей та інших ресурсів, внаслідок своєчасного та всебічного аналізу і прогнозування перспективних станів підприємства та зовнішнього середовища, зокрема кон'юнктури ринку паливно-енергетичних ресурсів (ПЕР) і ринку товарів, які пропонує дане підприємство.

Важливим етапом формування енергорезерву виступає оцінка його потенціалу з позиції часових та ємнісних характеристик. Це дозволяє забезпечити об'єктивне, повне і своєчасне створення оптимального енергетичного резерву та задовольнити існуючу і перспективну потребу у ПЕР.

В межах логістичного підходу стає можливим визначення доцільності декомпозиції енергетичних витрат відповідно до часових та ємнісних характеристик енергорезерву. Це, в свою чергу, дозволяє визначити центри логістичних витрат підприємств та оцінити можливість самозабезпечення підприємств за рахунок відходів цукровиробництва, зокрема шляхом використання жому цукрових буряків у якості альтернативного ПЕР.

Проведені розрахунки показали, що з точки зору логістики використання альтернативних відновлювальних джерел енергії у вигляді паливних пелет та брикетів є більш доцільним, оскільки вони потребують менших розмірів складу і сприяють оптимізації витрат, пов'язаних з процесами організації і формування

енергорезерву, є більш прийнятними з точки зору безпеки. Проектний підхід орієнтований на впровадження цільових інноваційних змін на підприємствах за рахунок комплексу заходів з модернізації системи енергозабезпечення підприємства, враховуючи сезонність цукровиробництва та обмеженість фінансових ресурсів.

Інтеграція зазначених підходів в триєдиний підхід дозволяє здійснити перерозподіл логістичних потоків досліджуваних підприємств, знизити їх ємнісне навантаження та оптимізувати логістичні витрати підприємств. Зокрема це стає можливим за рахунок організації власного виробництва паливних пелет.

Загалом реалізація інноваційних підходів можлива за рахунок комплексу управлінських дій щодо провадження інноваційних змін у енергозабезпеченні підприємств. При цьому варто відмітити існуючий взаємозв'язок ефективності діяльності підприємства та інновацій.

Підводячи підсумок можна сказати, що використання триєдиного підходу до енергозабезпечення є дієвим інструментом підвищення ефективності діяльності вітчизняних підприємств.

#### **ЛІТЕРАТУРА:**

1. Сахар и крахмал 2014: справочник. – Берлин-Слублице : Бартенс, 2013. – Изд. 9. – 336 с.

2. Ярчук, М.М. Підсумки роботи бурякоцукрової галузі України за 2013 рік та завдання на поточний рік. / М.М. Ярчук // Інформація про підсумки роботи НАЦУ «Укрцукор». – 2014. – С. 28-71.

### **ЕФЕКТИВНІСТЬ ТА ПОТЕНЦІАЛ ІННОВАЦІЇ**

**Л.В. Струніна**

*Національний університет харчових технологій*

При проведенні оцінки інноваційного проекту та визначенні доцільності його впровадження, зазвичай, найбільший акцент ставиться на фінансових показниках результативності проекту. Перш за все розраховуються такі показники як термін окупності проекту, його рентабельність, очікуваний прибуток. У випадку великих термінів окупності проекту проводиться дисконтування вартості майбутніх надходжень. Наведені показники висвітлюють кінцевий результат впровадження інновації, але не відображають причинно-наслідкових зв'язків тих факторів, які спричиняють такий результат. Тому, при дослідженні доцільності реалізації тої чи іншої інноваційної ідеї, необхідно звертати увагу на базові показники, за рахунок яких ми отримуємо задовільні очікувані прибутки.

Основою для формування прибутку підприємства є реалізація його товарів та послуг. Обсяги реалізації та собівартість реалізованої продукції – це ключові показники, які є визначальними для ефективності реалізації будь-якого проекту та діяльності підприємства в цілому. Отже, значну увагу необхідно приділяти саме цим категоріям.



Для того, щоб дати оцінку ефективності інновації, необхідно спрогнозувати обсяги її реалізації. Вони залежать від таких факторів як наявний на ринку попит, ціна на інновацію, що формується із собівартості, імідж підприємства та торгової марки і т.д.

Одним з найголовніших критеріїв, які забезпечують отримання вигід від інноваційної діяльності є наявність попиту на впроваджувану інновацію. При цьому, для максимізації вигід, попит повинен мати тенденцію до зростання. Це може бути забезпечено освоєнням нових ринків, на яких існує незадоволений попит на дану інновацію, а також у випадку наявності потреби у періодичному повторенні закупок інноваційного продукту споживачами. Повторюваність покупок є найбільш актуальною для підприємств харчової промисловості, оскільки споживання харчових продуктів являється однією з базових потреб людини.

При цьому, попит на інновацію може варіюватися в залежності від ціни на неї, а також від підприємства, яке її реалізує. Тому, вважаємо доцільним при оцінці інноваційного проекту враховувати потенціал інновації для окремого підприємства.

Поняття «потенціал» в широкому розумінні можна визначити як наявні можливості для досягнення певної мети. Поняття «потенціал підприємства» трактується як «наявні можливості, ресурси, запаси, що можуть бути використані для досягнення певної мети чи цілі підприємства» [1].

Зазвичай, метою інноваційної діяльності підприємства є збільшення прибутків та підвищення рівня розвитку. Для її досягнення підприємства впроваджують інноваційні розробки. Інноваційний потенціал описується як «система взаємопов'язаних чинників і ресурсів, які відповідають умові забезпечення постійної інноваційної діяльності підприємства у сфері пошуку, розроблення та впровадження інноваційних продуктів» [2, с. 273].

Вважаємо, що на відміну від інноваційного потенціалу, потенціал інновації – це можливості інноваційного продукту задовольняти потреби цільового ринку за рахунок наявних кількісних та якісних характеристик. Потенціал інновації виражається у кількості інноваційного продукту, яка може бути реалізована на конкретному ринку та варіюється в залежності від підприємства, що її впроваджує.

Потенціал інновації нерозривно пов'язаний з споживчим потенціалом ринку [3], тобто з ємністю та насиченістю ринку. Ці показники мають безпосередній вплив на можливі обсяги реалізації інноваційної продукції. Чим більша ємність та менша насиченість ринку, тим більшим буде попит на інновацію. Узагальнена схема взаємозв'язків між факторами, що формують потенціал та ефективність інновації зображена на рис. 1.

Потенціал інновації є важливим показником для оцінки ефективності інноваційного проекту, оскільки він акцентує увагу на обсягах продажів нового продукту споживачам, внаслідок чого змінюється величина отриманого ефекту від впровадження інновації. Показник потенціалу інновації може бути використаний для оцінки інноваційних проектів у перспективі. Необхідність здійснення повторних покупок продукту у невеликі терміни підвищуватиме

строк окупності проекту та прибуток інноватора.



Рис. 1. Схема залежностей між ефективністю впроваджуваних інновацій та внутрішніми й зовнішніми умовами функціонування підприємства  
Джерело : розроблено автором за [1-4]

#### ЛІТЕРАТУРА:

1. Мехеда, Н.Г. Потенціал підприємства як економічна система [Електронний ресурс] / Н.Г. Мехеда, Т. Жигліна. // Перспективные научные исследования. Экономические науки. – 2013. – Режим доступа: [http://www.rusnauka.com/6\\_PNI\\_2013/Economics/10\\_129930.doc.htm](http://www.rusnauka.com/6_PNI_2013/Economics/10_129930.doc.htm).

2. Фарат, О.В. Формування структури інноваційного потенціалу підприємства та особливості управління його розвитком / О.В. Фарат, Р.Р. Русин-Гриник // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Проблеми економіки та управління : [збірник наукових праць]. – 2010. – № 684. – С. 273-278.

3. Потенциал и емкость рынка [Электронный ресурс]. // Энциклопедия Экономиста. – Режим доступа : <http://www.grandars.ru/student/nac-ekonomika/potencial-rynka.html>

4. Расчет емкости рынка и доли рынка [Электронный ресурс]. // Стратегический маркетинг. – Режим доступа : <http://planmarketing.ru/potencial-emkost-dolya-temp-rosta-rinka.html>.

# Секція 3

## **УПРАВЛІННЯ ЕФЕКТИВНІСТЮ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ**

Голова секції – **Т.В. Рибачук-Ярова**, канд. екон. наук, доц.  
Секретар секції – **О.П. Осадчук**, асист.

**Ауд. А-311**



## СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ОРГАНІЗАЦІЇ ЕФЕКТИВНОЇ РОБОТИ МЕНЕДЖЕРА

І.М. Болотіна, канд. екон. наук

*Національний університет харчових технологій*

Тих менеджерів, які є ефективними й досягають значних результатів, часто називають успішними. Кожна людина націлена на успіх, але міра реалізації цієї цілі залежить від особистісного потенціалу людини.

Під успіхом розуміють такі результати: вміння досягати цілі; громадське визнання; високі результати в роботі й навчанні.

Альберт Ейнштейн вважав, що життєвий успіх має три складові, а саме: вміння працювати, вміння відпочивати, вміння дисциплінувати себе.

Виходячи з того, що сучасний світ розвивається безперервно і динамічно, постійно диктуючи все нові і нові умови, а люди намагаються встигати за науково-технічним прогресом, постійно відчуваючи вплив стресу, питання відпочинку набувають особливого значення.

Робочі навантаження зростають, кількість завдань збільшується щоденно, ненормований робочий графік стає звичною справою. Це розповсюджена проблема, від якої перш за все страждають технологічно розвинуті країни.

На початку 1980-х рр. з'явився термін «синдром каросі», який розшифровується як «робота на виснаження, що веде до передчасної смерті». Сьогодні юридично підтвердженими жертвами цього синдрому стали 30 000 робочих і службовців по всьому світу.

Стрес, пов'язаний з роботою, дуже часто виникає в тих випадках, коли працівникам висуваються вимоги, які не відповідають їхньому рівню навичок і знань.

В ході дослідження були отримані дані, аналіз яких, показав, що підвищеному ризику піддаються робітники не тільки з дуже напруженим, а й з активним характером праці. Менеджери наділені більшою свободою у прийнятті рішень, тому часто схильні втрачати контроль за своїм робочим часом. Такі люди можуть входити в групу ризику «каросі».

Якщо не вміти правильно розподіляти навантаження і не враховувати свої потреби у відпочинку і відновленні сил, то тривале перебування в стресовій ситуації може призвести до сумних наслідків.

Для того, щоб ефективно працювати, не менш важливо правильно відпочивати. Не тільки тривалі відпустки або канікули допомагають людині подолати стрес та повернути працездатність, але й короткотермінові перерви протягом робочого дня.

Фахівцями сформульовані основні правила ефективного відпочинку: ритмічність, максимальне переключення та зміна контексту.

Ритмічність – перша умова ефективного відпочинку. Необхідно планувати невеликі перерви через певні проміжки часу. Найоптимальніший режим – п'ять хвилин відпочинку через кожну годину. Дотримуючись принципу ритмічності, треба враховувати, що відпочинок у перервах повинен

бути якісним. З цього випливає друге правило – максимальне переключення.

Сутність його полягає в тому, що підчас невеликої перерви необхідно переключити увагу зі справи на щось інше. Це має відношення до третього правила ефективного відпочинку – зміни контексту.

Під час короткого п'ятихвилинного відпочинку варто змінити умови (контекст), в яких знаходиться людина. Чим кардинальніше буде ця зміна, тим сильніший позитивний ефект.

Одним з дієвих способів відпочинку і відтворення сил є сон.

Ще в недалекому минулому сон на робочому місці міг стати причиною звільнення. Сьогодні відношення роботодавців до денного сну змінюється. Психолог Джеймс Маас ввів у обіг термін *power nap* – сон для підзарядки, зробивши його частиною корпоративної культури. Так, наприклад, короткий сон упродовж робочого дня вітається в офісах таких компаній, як Nike та Deloitte Consulting.

Ефективність сну можна підвищити за допомогою простих правил:

1. Ритмічність сну. Лягати спати і просинатися в певні години. Організм звикає до такого ритму, тому заснути і прокинутися стає легше.

2. Оптимальна тривалість сну. Необхідно визначити найбільш оптимальну для кожного тривалість сну. В усіх людей вона різна. Одній людині, щоб поповнити сили, достатньо 3-4 години повноцінного сну, а іншій і 7-8 буде мало, щоб почувати себе бадьоро.

3. Переключення, налаштування на сон. Треба знайти і застосовувати свій індивідуальний спосіб переключення на режим сну.

4. Правильне пробудження. Необхідно організувати процес пробудження: встановити в будильнику чи на мобільному телефоні декілька різних мелодій і з їх допомогою зробити процес пробудження поступовим.

Виконуючи правила ефективного відпочинку, людина може вдало розподілити своє робоче навантаження так, щоб, не наносячи шкоди своєму здоров'ю, завжди вкладатися в терміни і діяти максимально продуктивно.

#### **ЛІТЕРАТУРА:**

1. Бишоф, А. Самоменеджмент. Эффективно и рационально / Анита Бишоф, Клаус Бишоф [пер. с нем.]. – М: Омега- Л, 2006. – 127 с.

2. Кинан, К. Самоменеджмент / К. Кинан ; [пер. с англ.]. – М. : Эксмо, 2006. – 80 с.

3. Тайм-менеджмент. Полный курс: учебн. пособ. / Г.А. Архангельский, М.А. Лукашенко, Т.В. Телегина [и др.] ; Под ред. Г.А. Архангельского. – М. : АЛЬПИНА ПАБЛИШЕР, 2014. – 311 с.

4. Чайка, Г.Л. Самоменеджмент менеджера: навч. посіб. / Г.Л. Чайка. – К. : Знання, 2014. – 422 с.

## **ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ СТАЛИМ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВ**

**О.В. Будько**, канд. екон. наук

*Дніпродзержинський державний технічний університет*

Процеси глобалізації та розвиток конкуренції між підприємствами потребують перегляду та нових рішень проблем управління суб'єктами господарювання. При цьому діяльність підприємств має бути спрямована на реалізацію Стратегії сталого розвитку, передбачену на державному рівні [1]. Це обумовлює необхідність в розробці таких інструментів управління, які б сприяли досягненню оптимального співвідношення між економічним зростанням, нормалізацією стану природного середовища та зростанням матеріальних і духовних потреб населення.

Визначені нові орієнтири управлінської діяльності вимагають наявності інформаційного забезпечення в розрізі економічної, екологічної і соціальної діяльності підприємств.

Основою інформаційного забезпечення системи управління є система обліково-аналітичного забезпечення. Метою обліково-аналітичного забезпечення є формування та гарантування своєчасного постачання обліково-аналітичної інформації системам операційного, тактичного і стратегічного менеджменту. Особливості формування обліково-аналітичного забезпечення визначається обранням в межах теорії управління підходом. На сьогодні виділяються такі основні наукові підходи до управління: системний підхід (підприємство розглядається як цілісна система); ситуаційний підхід (діяльність підприємства планується залежно від значимості і зміни ситуаційних факторів); функціонально-орієнтований підхід (виробництво, персонал, система управління, маркетинг розглядаються як окремі складові підприємства); процесно-орієнтований підхід (на перший план вноситься розробка процесу або алгоритму управління підприємством). Саме процесно-орієнтований підхід дозволяє формувати відповідне поставленим меті та завданням обліково-аналітичне забезпечення управління підприємством.

Система обліково-аналітичного забезпечення є основою інформаційного забезпечення системи управління і включає такі інформаційні підсистеми: облікову, аналітичну та контрольну інформаційні підсистеми, які мають між собою тісні взаємозв'язки. Це надає можливість визначити інтегровану систему обліково-аналітичного забезпечення сталого розвитку як багатofункціональну, динамічну систему, що розвивається та, яка спрямована на забезпечення управління суб'єктом господарювання повною, якісною обліково-аналітичною інформацією, що дозволяє приймати ефективні управлінські рішення на всіх напрямках діяльності підприємства.

Облікова інформаційна підсистема включає фінансову, управлінську і податкову інформаційні підсистеми. Призначення фінансової інформаційної підсистеми полягає в забезпеченні всіх рівнів управління підприємством обліково-аналітичною інформацією про фінансовий стан та фінансові результати. Призначенням управлінської інформаційної підсистеми є

задоволення інформаційних запитів користувачів необхідною інформацією для обґрунтування та прийняття оперативних, тактичних і стратегічних рішень. Виділення податкової інформаційної підсистеми обумовлено тим, що будь-яке управлінське рішення має аналізуватися також і з точки зору податкових наслідків. Недооцінка впливу рівня оподаткування на діяльність підприємства призведе до значного зниження результативності і ефективності діяльності суб'єкта господарювання.

Аналітична інформаційна підсистема включає фінансовий аналіз, управлінський аналіз, стратегічний аналіз, управлінський аналіз. Саме ця інформаційна підсистема більшою мірою формує інформацію для цілей управління підприємства. Так, фінансовий аналіз слід розглядати з точки зору засобу оцінки результативності та ефективності управління підприємства як способу прогнозування майбутніх фінансових потоків. Управлінський аналіз формує аналітичну інформацію, за допомогою якої здійснюється оцінка управлінського рішення. Інструментарій управлінського аналізу забезпечить вирішення питань формування витрат, ефективності використання ресурсів, організації виробництва і реалізації продукції, робіт, послуг. Складовою аналітичної інформаційної підсистеми є податковий аналіз, результати якого дозволяють оцінити рівень податкових зобов'язань і сприяють розробці управлінських рішень з оптимізації оподаткування.

Призначенням контрольної інформаційної підсистеми є надання користувачам інформації, яка отримана за результатами проведеного контролю, як процесу забезпечення досягнення цілей підприємства шляхом постійного спостереження його діяльності та усунення відхилень, які при цьому виникають.

Визначені підсистеми функціонують не окремо одна від одної, а у взаємозв'язку та взаємозалежності, тим самим успішно досягаючи своєї мети, спрямованої на інформаційне забезпечення сталого розвитку, та формуючи інтегровану систему обліково-аналітичного забезпечення сталого розвитку.

Отже, формування обліково-аналітичної інформації в межах визначених підсистем на принципах взаємозв'язку та взаємозалежності є базисом для прийняття управлінських рішень, що забезпечить сталий розвиток підприємств.

#### **ЛІТЕРАТУРА:**

1. Указ Президента України «Про стратегію сталого розвитку «Україна-2020» від 12.01.2015 р. №5/2015 [Електронний ресурс] // Верховна Рада України. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/5/2015>.

### **ПОЛПШЕННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ УМОВ ПРАЦІ ТА ЕФЕКТИВНІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ: ДО ПИТАННЯ ЩОДО ІНТЕРПРЕТАЦІЇ ЗА СУЧАСНИХ УМОВ**

**В.О. Веклич**, канд. юрид. наук  
*Національний університет харчових технологій*

Розуміння ролі створення сприятливих соціально-економічних умов для працівників на підприємствах України потребує подальшого удосконалення та



практичного втілення. У наш час цілком зрозумілими є економічні труднощі, з якими стикається наша країна. Це відображається на діяльності окремих підприємств, установ та організацій, але у підсумку загальний економічний потенціал дозволяє говорити про перспективи значного економічного зростання. Вагомим, як і раніше, лишається людський фактор.

Сучасні вчені-економісти, а відповідно й керівники різних рівнів мають враховувати тенденції у розвитку працюючих громадян, що відображається також і у специфічних рисах різних поколінь.

Зокрема, на сьогодні виділяють виникнення «покоління Z», котре є відмінним від попередніх і відзначається своїми власними якостями та рисами. Тут можна відзначити не лише високі запити щодо самоактуалізації, але й те, що представники цього покоління «розтягують життєвий етап між підлітковим віком і повноліттям» [1, с. 117].

Задля забезпечення належної зацікавленості представників цього покоління у відповідній сфері праці доречно не лише створювати позитивне середовище для виконання їх безпосередніх обов'язків, але й надавати особливі можливості щодо розвитку знань, вмінь і навичок з урахуванням індивідуальних рис. Наприклад, співробітники компанії "ДрімВоркс" (DreamWorks) мають змогу відвідати протягом робочих годин майстер-клас з фотографії, скульптури, живопису, кінематографії і карате [1, с. 119].

Також важливо мати на увазі, що індивідуальний розвиток співробітників підприємства може позитивно вплинути на його діяльність за умови створення системи індивідуального стимулювання за пропозиції щодо покращення виробничих процесів або умов праці. Опосередковано це залежить також від освітнього рівня працівників. Тут вагомими виступають два фактори: наявність вільного часу і фінансів для особистісного розвитку. Має враховуватися час що витрачається на прибуття працівників до місця праці. Також за умов актуалізації запитів працівників щодо особистісного розвитку їм має бути надано не лише можливість проходити спеціальні тренінги чи факультативи у робочий час, але й отримувати другу освіту заочно чи навчатися за спеціальними програмами в університетах аби отримати знання, вміння й навички, котрі є супутніми щодо безпосередніх фахових обов'язків. Це особливо яскраво виявилось у висновках науковців, які зазначають: «наявний людський потенціал в Україні не лише не розвивається, а навпаки – у населення відсутні стимули для його подальшого нарощення» [2, с. 12].

Як відомо, можливість індивіда витратитися на отримання освіти (можливо, заочно) або навчання на спеціальних факультативах у вищих навчальних закладах, залежить від їх фінансових спроможностей. Останній аспект входить у суперечність з вітчизняними реаліями та купівельною спроможністю більшості працюючих громадян України. Науковці зазначають: «зазвичай на забезпечення повноцінного харчування населенням у країнах з високим рівнем життя на забезпечення повноцінного харчування населенням витрачається не більше 10% сімейного бюджету, а решта, після ряду інших необхідних витрат, спрямовується на купівлю техніки, дозвілля та відпочинок, високоякісні медичні послуги, підвищення рівня освіти» [2, с. 12].

Фахівцями вказується, що «нині якість стратегічного управління може виявитися вирішальним фактором соціально-економічного розвитку, ставлення до шансу й оптимальної реалізації можливостей, де аграрний потенціал і народні традиції – могутній потенціал розвитку в наш час ціннісно-сміслових комплексів народу як моральної осі його реалізації в суспільстві знань, база кадрів для моральної економіки» [3, с. 5]. Тож, розвиток суспільства і кожного працюючого громадянина є значним визначальним підґрунтям для зростання економічного потенціалу країни і кожного підприємства, установи або організації зокрема.

Отже, аби підтримувати сталі показники розвитку й удосконалювати можливості для ведення бізнесу (економічної діяльності), сучасні підприємства, установи і організації мають брати до уваги також особистісні якості їхніх працівників, а також запити щодо індивідуального розвитку, що відображається і змінами у структурі населення та новими вимогами поколінь, які з'являються на ринку праці, справляючи свій вплив на економічну ситуацію в країні.

#### **ЛІТЕРАТУРА:**

1. Май, Н. Поколение Я Я Я / Наталья Май // Travel. Professional Magazine. – 2014. – №1. – С. 116-119.

2. Козарезенко Л. Формування добробуту населення як передумови розвитку людського потенціалу / Людмила Козарезенко // Економіст. – 2013. – №10. – С. 9-14.

3. Шедяков В. Ціннісно-сміслові комплекси: з минулого в майбутнє, від культури традиційної до постмодерної / Володимир Шедяков // Економіст. – 2014. – №8. – С. 4-5.

### **ОПТИМІЗАЦІЯ ЗАГАЛЬНОВИРОБНИЧИХ ВИТРАТ ПІДПРИЄМСТВ З УРАХУВАННЯМ ПРИНЦИПУ ГНУЧКОСТІ**

**С.В. Волошина**, канд. екон. наук,

**В.Г. Глазкова**

*Криворізький економічний інститут ДВНЗ «КНУ»*

За сучасних умов функціонування в Україні значної частини збиткових і малоприбуткових підприємств актуальність питання щодо оптимізації розміру загальновиборничих витрат пов'язана з їх значенням у сфері економічної діяльності підприємств. Так, нинішній рівень загальновиборничих витрат на вітчизняних підприємствах є достатньо значним (10-40%), що відображає їх прямий вплив на рівень повних витрат, а відтак – на рівень прибутку і рентабельності.

Дослідженню питання управління витратами загалом і загальновиборничими, зокрема, присвячені праці таких дослідників, як Аткинсона Є., Грещака М.Г., Давидович І.С., Данілочкіної Н.Г., Дойла Д., Друрі К., Каплан Р., Козаченка Г.В., Кмінь В.М., Орлова О.О., Панасюка В.М., Підгори Є.О., Погорелова Ю.С., Тарасюк Г.М., Цал-Цалко Ю.С., Череп А.В. та ін. Цим науковцям належить внесок у розробку сучасних підходів до управління витратами на різних рівнях, у тому числі з фокусуванням уваги на

реалізації принципу гнучкості планування. Однак висока витратність діяльності на вітчизняних підприємствах та невизначеність при цьому стратегічних завдань розвитку обумовлює той факт, що пошук шляхів оптимізації загальнови­робничих витрат продовжується.

Загалом на розмір загальнови­робничих витрат підприємств впливає велика кількість факторів, проте зрозуміло, що співвідношення їх впливу буде різним, що пояснюється специфікою функціонування окремо взятих підприємств.

Серед факторів внутрішнього середовища, вплив яких на формування загальнови­робничих витрат підприємств є найбільш сильним та керованим, слід відзначити наступні: організаційна структура підприємства та його підрозділів, масштаби діяльності, розмір і стан технічної бази, системи ремонту та обслуговування основних засобів, системи транспортного забезпечення, чисельність і структура персоналу, умови праці, система охорони праці, норми і нормативи витрат на ремонтно-експлуатаційні цілі тощо. Саме ці фактори і слід вважати джерелами пошуку резервів по оптимізації загальнови­робничих витрат.

Важливим аспектом побудови ефективного механізму управління загальнови­робничими витратами є забезпечення гнучкості їх планування, причому у відношенні до усіх статей цих витрат.

Огляд наукової літератури показав, що гнучкість є одним з основних принципів ринкового планування, який полягає в наданні планам і процесові планування здатності змінювати свій напрям у зв'язку з виникненням непередбачених обставин [1, с. 21; 2, с. 19].

Реалізація принципу гнучкості при плануванні загальнови­робничих витрат спрямована на ув'язку окремих статей загальнови­робничих витрат з індикаторами оцінки розвитку підприємства, маневрування базою розподілу цих витрат між об'єктами задля забезпечення конкурентоспроможності продукції, реалізація у повному вигляді методів оптимізації розміру витрат як у напрямку їх зниження, так і напрямку збільшення задля повноти реалізації певних завдань діяльності підприємства (зокрема, охорони праці тощо).

Загалом необґрунтоване та негнучке планування загальнови­робничих витрат призводить до небажаних результатів: перевищення кошторисів цих витрат, завищенню або недооцінці собівартості продукції, що у свою чергу призводить до завищення цін на продукцію, зниження конкурентоспроможності підприємства, втрати ринків збуту, зниження прибутку підприємства. Для усунення загрози виникнення подібних наслідків на підприємстві та у його підрозділах розробляється та успішно реалізується певний механізм управління загальнови­робничими витратами в межах діючої системи управління витратами.

Основними елементами цього механізму є планування (формування) та аналіз загальнови­робничих витрат.

При проведенні аналізу загальнови­робничих витрат необхідно оцінити:

- динаміку цих витрат загалом і за статтями витрат;
- структуру загальнови­робничих витрат;

– динаміку відносних показників загальновиробничих витрат (частка у собівартості продукції, витрато місткість, рентабельність загальновиробничих витрат тощо);

– оптимальність загальновиробничих витрат шляхом постатейного їх порівняння у кількох конкурентів;

– виконання плану за кошторисом загальновиробничих витрат;

– вплив факторів на відхилення у загальновиробничих витратах за кожною статтею, виокремити з них суттєві і контрольовані;

– взаємозв'язок між окремими статтями загальновиробничих витрат і показниками, що характеризують виконання відповідних планів підприємств (наприклад, плану проведення ремонту, планових заходів з охорони праці тощо) та реалізацію стратегічних завдань розвитку. В результаті можливо остаточно стверджувати про наявність економії або ж перевитрачання витрат;

– резерви оптимізації загальновиробничих витрат та можливості їх використання у майбутньому.

Комплексний підхід до діагностики резервів оптимізації загальновиробничих витрат дозволить якісно сформулювати напрямки їх використання і є підґрунтям для реалізації гнучкого планування їх розміру.

#### **ЛІТЕРАТУРА:**

1. Орлов, О.О. Планування діяльності промислового підприємства : [підруч.] / О.О. Орлов. – К. : Скарби, 2002. – 336 с.

2. Самочкин, В.Н. Гибкое развитие предприятия: Анализ и планирование / В.Н. Самочкин. – М.: Дело, 2000. – 376 с.

### **ДІАГНОСТИКА ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ МАТЕРІАЛЬНИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВА ТА ДІЄВОСТІ ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ ЇЇ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ**

**С.В. Волошина**, канд. екон. наук,

**Н.М. Лопушанська**

*Криворізький економічний інститут ДВНЗ «КНУ»*

Важливою передумовою зниження собівартості продукції будь-якого підприємства, поліпшення його фінансового стану є повне і своєчасне забезпечення матеріальними ресурсами необхідного асортименту й якості та економне їх використання.

Дане завдання набуває неабиякої актуальності в сучасний період розвитку вітчизняних підприємств, коли в структурі собівартості переважають витрати на матеріальні ресурси (матеріальні витрати) з постійним підвищенням їх частки. Питаннями підвищення ефективності використання матеріальних ресурсів на підприємстві та розробки економічного механізму їх раціонального використання займалися такі науковці як: Д.Д. Бауєрокс, Є.В. Крикавський, Л.Б. Миротин, Л.С. Сергєєв, О.М. Тридід, А.Д. Чудаков, М.В. Бородатов, Е. Майєр, Л.Н. Анікіна, Л.А. Сударева та ін. Водночас бракує системних досліджень щодо економічної діагностики використання матеріальних ресурсів в контексті управління конкурентоспроможністю підприємства.

Удосконалений авторами роботи алгоритм діагностики ефективності використання матеріальних ресурсів підприємства включає:

Етап 1 – формулювання мети і завдань діагностики ефективності використання матеріальних ресурсів підприємства.

Зокрема, метою такої діагностики слід вважати визначення шляхів зниження споживання матеріальних ресурсів та здешевлення їх вартості з позицій забезпечення підвищення конкурентоспроможності підприємства.

До завдань аналізу віднесемо: оцінку дійсного стану використання матеріальних ресурсів на підприємстві; визначення конкурентних позицій підприємства за ключовими аналітичними показниками цієї предметної галузі дослідження; узагальнення наявних резервів (стратегічних прогалин) з позицій внутрішньої і конкурентної оцінки; розробка пропозицій щодо їх мобілізації.

Об'єктом аналізу є сукупні матеріальні ресурси, оцінені у грошовому виразі як матеріальні витрати, а також їхні основні (пріоритетні) види.

Предметом аналізу виступають рівні аналітичних показників, виміряні у динаміці і за основними конкурентами.

Етап 2 – побудова збалансованої системи аналітичних показників. Серед узагальнюючих показників основними є: матеріаловіддача, матеріаломісткість, коефіцієнт співвідношення темпів зростання обсягу виробництва і матеріальних затрат, питома вага матеріальних витрат у собівартості продукції, коефіцієнт використання матеріалів, прибуток на гривню матеріальних витрат.

Частковими показниками такої діагностики виступають: сировиномісткість, енергомісткість, паливомісткість, частка окремих видів матеріальних витрат у собівартості продукції, норми витрачання матеріальних ресурсів на одиниці кожного виду продукції, їх дотримання тощо.

Етап 3 – збір необхідної інформації, перевірка її на достовірність і повноту.

Етап 4 – проведення розрахунку показників щодо оцінки стану ефективності використання матеріальних ресурсів підприємства з вивченням їх динаміки, причин і характеру змін.

Етап 5 – вибірка ключових аналітичних показників для проведення конкурентного аналізу. В процесі останнього визначаються відхилення від середнього значення і від значення лідера ринку.

Етап 6 – встановлення кореляційного зв'язку між рівнем конкурентоспроможності підприємства та показниками, що характеризують ефективність використання матеріальних ресурсів, визначення сили впливу і кількісна оцінка зміни конкурентоспроможності при зміні кожного аналітичного показника на одиницю.

Етап 7 – узагальнення результатів аналізу за етапами 4-6 та ідентифікація стратегічних прогалин підприємства в даній галузі.

Етап 8 – розробка заходів щодо мобілізації (усунення) виявлених резервів (стратегічних прогалин) та удосконалення економічного механізму використання матеріальних ресурсів підприємства [1, с. 21].

Основними напрямками удосконалення економічного механізму управління матеріальними ресурсами є:

1) зміна підходів до нормування матеріальних ресурсів задля забезпечення розробки прогресивних і напружених норм їх витрачання різного періоду дії;

2) підвищення точності діагностики ефективності використання матеріальних ресурсів, що потребує проведення як внутрішньогосподарського, так і конкурентного аналізу за вибіркою ключових показників;

3) підвищення оперативності прийняття відповідних управлінських рішень на основі створення необхідних програмних продуктів;

4) розширення інформаційно-аналітичної бази для діагностики використання матеріальних ресурсів;

5) удосконалення організаційної структури управління підприємством в частині виокремлення самостійного підрозділу (відділу) з нормування та оцінки використання матеріальних ресурсів зі створенням автоматизованих робочих місць;

6) розвиток системи матеріального стимулювання за економію матеріальних ресурсів з орієнтацією на попередження подорожчання собівартості продукції за контрольованими підприємством факторами і т. ін.

#### **ЛІТЕРАТУРА:**

1. Волошина, С.В. Економічний механізм використання матеріальних ресурсів підприємства / С.В. Волошина, Т.О. Цибуленко // Економічні перспективи підприємств та регіонів України в контексті основних соціально-еколого-економічних трендів: міжнар. наук.-практ. конф., 22 травня 2014 р., м. Харків : матер. – Д. : НГУ, 2014. – С. 20-22.

### **ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ КАДРОВОГО РОЗВИТКУ МАЛИХ ТА СЕРЕДНІХ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ**

**Л.Д. Глущенко**, канд. екон. наук,

**Т.М. Пілявоз**

*Вінницький національний технічний університет*

Швидкий розвиток ринку, постійні зміни вимог споживачів змушують малі та середні промислові підприємства шукати можливості підвищення ефективності функціонування своєї діяльності. Крім того, економічна криза в Україні розставляє жорсткі пріоритети і вже зовсім невелика частка малих та середніх промислових підприємств здатна вижити в нових умовах. Тому все більшої актуальності набуває питання інноваційного розвитку малих та середніх промислових підприємств.

Сучасний інноваційний розвиток підприємства неможливо уявити без наявності кадрового розвитку. Причому, кадровий розвиток ґрунтується не тільки на високому рівні знань та професійної підготовки персоналу, а й на особливих здібностях. Серед основних вимог роботодавців до здібностей працівників можна виділити: вміння системно мислити, працездатність, цілеспрямованість, прагнення вчитися, бажання і вміння працювати в колективі, вміння працювати з інформацією, з людьми, адекватна самооцінка, готовність почати з «нижчої сходинки». Тому, цілком зрозуміло, що кадровий

розвиток малого і середнього промислового підприємства складно уявити без припливу висококваліфікованих молодих працівників.

Теза про те, що молоде поповнення – це і управлінський резерв, і зростання продуктивності, і якісно нова робоча сила широко відома. Але саме в цьому аспекті і виникають протиріччя. На жаль склалася тенденція, що молоді люди, отримавши професійну освіту, після закінчення ВНЗ поповнюють когорту менеджерів з продажу. «Інженери» торгують обладнанням, «технологи» – технологіями. Пов'язано це з тим, що для молоді працювати на промислових підприємствах – немодно, так як сьогодні праця в сфері торгівлі є більш престижною, ніж праця в сфері промисловості. Промислові малі та середні підприємства, поступаються великим за показником якості робочого місця (низький рівень оплати, погані умови праці, неясні перспективи професійного і посадового росту) і тому не потрапляють до уваги молодих кадрів [1, с. 65]. Говорячи про рівень заробітної плати, доводиться мати на увазі соціальні та економічні наслідки економії на цій статті витрат. Низька заробітна плата в поєднанні з невеликим соціальним пакетом лише підтримує зайнятість на підприємствах, але не стимулює продуктивність, і консервує ситуацію з персоналом. Що, в свою чергу, призводить до гальмування інноваційного розвитку підприємства.

Загальна економічна криза промисловості України, складне фінансове становище більшості малих і середніх промислових підприємств, не сприяє якісному поліпшенню складу зайнятих, в тому числі за таким показником як вікова структура. Середній вік зайнятих працівників у промисловості наближається до пенсійного. Дуже рідко мале та середнє промислове підприємство може пишатися реальними молодими і кваліфікованими кадрами.

Частка молоді у сфері промисловості з кожним роком падає, і основними причинами є: 1) неконкурентна заробітна плата; 2) відсутність перспектив кар'єрного росту; 3) слабка державна підтримка малих та середніх промислових підприємств; 4) відсутність чітко працюючої системи стимулювання масової участі молоді в науково-технічній та інноваційній діяльності промислових підприємств; 5) слабка підготовленість молодих вчених та фахівців до створення малих і середніх промислових підприємств, необхідних для реалізації результатів наукових розробок тощо [2, с. 97].

Виходом в такій ситуації для малого та середнього промислового підприємства може стати: 1) створення умов для відновлення основних функцій заробітної плати: розподільчої, відтворювальної та стимулюючої; 2) укладення з молодим фахівцем додаткової до трудового договору угоди, в якій може бути обумовлено навчання і підвищення кваліфікації працівника за рахунок підприємства, додаткові надбавки і виплати, а також умови праці. Додаткові виплати можуть включати матеріальні виплати в зв'язку з одруженням, народженням дитини, літнє скорочення робочого тижня для жінок, які мають дітей, перспективи кар'єрного росту тощо. Такий підхід може сприяти закріпленню молодих кадрів на підприємстві [1, с. 77].

Крім того, необхідно надавати державну підтримку прикладним науковим дослідженням, які проводяться малими та середніми промисловими

підприємствами. Стимулювати і спростити процес проходження практик і стажувань студентами ВНЗ на промислових підприємствах [3, с. 167]. Залучати висококваліфікованих співробітників організацій і підприємств промисловості для викладання або проведення наукових семінарів в рамках освітніх програм, а також розробити і реалізувати програми кар'єрного росту для залучення молоді у промислову сферу.

#### **ЛІТЕРАТУРА:**

1. Жидкова, Е.М. Молодые работники промышленных предприятий: рекрутинг, адаптация, интеграция / Е.М. Жидкова // Экономическая социология. – 2006. – Т.7, №4. – С. 65-78.

2. Смоляр, Л.Г. Дослідження тенденції розвитку кадрового потенціалу на промислових підприємствах України / Л.Г. Смоляр, О.О. Грамотенко // Економіка та держава. – 2008. – №5. – С. 96-99.

3. Мица, В.П. Кадрова політика на підприємстві: проблеми і перспективи / В.П. Мица // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – №6 (84). – С. 165-168.

### **ОПТИМІЗАЦІЯ ПРОЦЕСУ ЗАКУПІВЕЛЬ ПІДПРИЄМСТВА НА БАЗІ АСИМПТОТИЧНОГО ПІДХОДУ**

**О.О. Головань**, канд. фіз.-мат. наук,

**О.М. Олійник**, канд. філос. наук,

**А.О. Бухарова**

*Запорізький національний університет*

Розвиток математичного аналізу, дослідження операцій, теорії ймовірностей і математичної статистики сприяв розробці та практичному застосуванню різноманітних економіко-математичних моделей, які представляють собою формалізований опис керованого економічного об'єкта або процесу, що включає заздалегідь відомі параметри, показники та шукані невідомі величини, що характеризують разом стан об'єкта, його функціонування і об'єднані між собою зв'язками у вигляді математичних залежностей, співвідношень та формул.

Зручними для використання на практиці є аналітичні моделі, в яких поведінка об'єкта моделювання описується в прийнятній формі точними аналітичними співвідношеннями. Сучасні математичні методи оптимізації економічних процесів і поглибленого аналізу кількісних залежностей між окремими показниками є важливим інструментом логістики. Поширеною аналітичною моделлю прикладної логістики є модель оптимального розміру замовлення. Припущення і обмеження за умов різноманітних варіантів обліку транспортних витрат та витрат зберігання продукції призводять до багатоваріантності розрахункових формул для визначення оптимального розміру замовлення. Використання цих формул обмежується умовою постійності витрат на виконання замовлення та зберігання одиниці продукції. На практиці ці умови, як правило, не виконуються, тому підприємця може цікавити ступінь та характер впливу варіації («збурення») вхідних параметрів моделі на кінцевий результат. Для аналізу «збуреної» системи



використовуються асимптотичні методи, які дозволяють знайти розв'язок задачі лише в невеликих границях зміни параметрів системи. Асимптотичні методи широко використовуються в механіці твердих тіл, біомеханіці, математичному аналізі, диференціальних рівняннях [1], проте питання їх використання в економічних і, зокрема, логістичних моделях залишається відкритим.

Різновидом формули для визначення оптимального розміру замовлення є формула [2]:

$$q_{opt} = \sqrt{\frac{2 C_0 S}{C_u \beta}}, \quad (1)$$

де  $q$  – величина замовлення;  $C_0$  – витрати на виконання одного замовлення;  $S$  – потреба у замовленні продукту протягом даного періоду;  $C_u \beta$  – витрати на зберігання одиниці продукції.

У припущенні, що за певний період часу витрати на виконання замовлення збільшуватимуться на  $i\%$  і сягатимуть  $C_0 \cdot (1 + \varepsilon)^n$  через  $n$  періодів, асимптотичне представлення оптимального розміру замовлення у вигляді розвинення в ряд за малим параметром  $\varepsilon = \frac{i\%}{100\%} \ll 1$  набуває вигляд

$$q^*_{opt} = \sqrt{\frac{2 C_0 S}{C_u \beta}} \cdot \left( 1 + \frac{n}{2} \cdot \varepsilon + \frac{n \cdot (n-2)}{8} \cdot \varepsilon^2 \right). \quad (2)$$

Отже, «збурена» формула (2) дає можливість підприємцю визначити розмір оптимальної партії замовлення в умовах поступового підвищення витрат на виконання замовлення.

#### ЛІТЕРАТУРА:

1. Найфэ, А.Х. Введение в методы возмущений / А.Х. Найфэ ; Пер. с англ. – М. : Мир, 1984. – 536 с.
2. Модели и методы теории логистики : учебное пособие / [Под ред. В.С. Лукинского]. – СПб. : Питер, 2007. – 448 с.

### СУЧАСНІ АСПЕКТИ КОНЦЕПЦІЇ «БЕРЕЖЛИВЕ ВИРОБНИЦТВО + ШІСТЬ СИГМ»

Л.О. Горшкова

*Житомирський державний технологічний університет*

В умовах ринку основними передумовами необхідності впровадження концепції логістики у практичну діяльність вітчизняних підприємств є: посилення конкуренції на світовому та регіональних ринках; досягнення граничної ефективності технологічних процесів виробництва продукції; істотне зростання витрат на виконання операцій із підготовки ресурсів до обробки та їх доставки до місць використання або реалізації; широка диверсифікація

продукції виробничих і торгових підприємств із наданням споживачеві тієї продукції із тими характеристиками, які йому необхідні; поширення сучасних інформаційних технологій.

Концепція «бережливе виробництво + шість сигм» об'єднало в собі два різних підходи, при цьому поєднавши покращену якість, високу швидкість процесів і широкий асортимент товарів і послуг. Концепція бережливого виробництва – система простих рішень для ліквідації витрат і досягнення лідируючих позицій в ефективності.

Найважливіший показник методу – ефективність циклу процесу:

$$\text{Ефективність циклу процесу} = \text{Чдв} / \text{Чсум},$$

де  $\text{Чдв}$  – час створення доданої вартості;

$\text{Чсум}$  – сумарний час виконання замовлення.

У «ощадливому» процесі час створення доданої вартості складає більше 25% сумарного часу виконання замовлення для даного процесу. Вигоди від скорочення часу процесів і запасів: зростання доходу; зниження потреби в робочій силі та обладнанні; зменшення витрат на зберігання, виробничі та складські площі; уникнення проблем, пов'язаних з нестачею деталей, прискоренням і понаднормові роботи, відвантаженнями непропорційно великих обсягів продукції в кінці місяця, підвищеною ймовірністю відвантаження дефектної продукції.

До інструментів «бережливого виробництва» відносять:

– система витягування – дозволяє встановити межу обсягу незавершеного виробництва;

– скорочення часу наладки;

– загальний догляд за обладнанням для скорочення часу незапланованих простоїв, пов'язаних з виходом обладнання з ладу.

«Шість сигм» – це розширений і більш впорядкований варіант TQM (концепції загального управління якістю). Метод включає в себе вісім базових принципів:

1. Орієнтація на клієнта – клієнт представляє найбільшу цінність для компанії і є точкою відліку при аналізі потоків створення вартості.

2. Залучення керівництва – і директори, і менеджери наділені обов'язками з контролю та управління проектами шести сигм, забезпечуючи пріоритетність цих проектів.

3. Управління на основі даних і фактів.

4. Орієнтованість на процес, управління та вдосконалення процесу.

5. Попереджуваче управління.

6. Співробітництво без кордонів (прозорість внутрішньокорпоративних бар'єрів).

7. Прагнення до досконалості і терпимість до невдач.

8. Фінансові результати – досягнення зростання операційного прибутку як невід'ємна умова проведення проекту.

Принцип методики «бережливе виробництво + шість сигм»: діяльність, в результаті якої виникають питання, критичні для якості, з точки зору клієнта, і самі великі тимчасові затримки, являють собою величезну можливість для вдосконалення в області витрат, якості, капіталу і часу виконання замовлення. Практика використання концепції «бережливе виробництво + шість сигм» на західних підприємствах дозволяє власними силами в короткі терміни (близько року) домогтися таких результатів:

- зниження собівартості продукції і послуг на 30-60%;
- скорочення часу надання послуг до 50%;
- скорочення кількості дефектної продукції приблизно в два рази;
- підвищення без додаткових витрат обсягу виконаних робіт до 20%;
- зниження вартості проектних робіт на 30-40%;
- скорочення часу виконання проектів до 70%.

Основні можливості роботи з постачальниками, використовуючи дану концепцію, викладені в двох областях:

✓ мінімізація запасів сировини і матеріалів у грошовому вираженні в результаті використання постачальниками витягуючої системи;

✓ заохочення використання постачальниками інструментів «бережливого виробництва + шість сигм» для покращення якості та своєчасності поставки.

Мета будь-якої «бережливої» логістичної мережі – відмовитись від страхових і спекулятивних запасів і мінімізувати час виконання замовлень, циклічні запаси і витрати на всіх етапах створення готової продукції.

У підсумку, система «бережливого виробництва + шість сигм» дозволяє оптимізувати логістичні функції на підприємстві шляхом скорочення запасів, усунення дефектів, втрат і впровадження стандартизації, вирівнювання процесів і мінімізації витрат. При цьому розглядається весь ланцюжок поставок, що дозволяє не тільки знизити витрати, але й підвищити якість продукції, забезпечуючи зростання прибутку і зростання задоволеності клієнтів.

## **ВПЛИВ ПЕРЕХОДУ ДО НП(С)БО НА ПОРЯДОК РОЗРАХУНКУ КОЕФІЦІЄНТІВ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА**

**Л.І. Грушко,**

**Л.В. Малік,** канд. екон. наук

*Донецький національний університет, м. Вінниця*

Забезпечення стійкого фінансового стану підприємства зумовлює його ефективне функціонування та задоволення інтересів зацікавлених сторін. Невід'ємною складовою цього є аналіз ліквідності, платоспроможності та фінансової стійкості, що є одними з найважливіших характеристик діяльності підприємства.

Задля проведення достовірного аналізу та порівняння фінансових результатів діяльності важливо використовувати зіставні показники, що визначені за єдиною методологією з використанням однакових баз розрахунку, критеріїв та правил. Перехід з 2013 року до НП(С)БО спричинив складнощі та

непорозуміння у процесі оцінки фінансового стану суб'єктів господарювання, що зумовлює необхідність перегляду алгоритмів аналізу, а саме коефіцієнтів, що характеризують фінансовий стан підприємства.

Аналізу фінансового стану підприємства приділено значну увагу у наукових працях Шелудько В.М., Крамаренко Г.О., Ярошевича Н.Б., Лігоненко Л.О., Василенко В.О., Чумаченко М.Г., Савицької Г.В., Поддєрьогіна А.М., Донцової Л.В., Ковальова В.В. та ін. Проте досі не було розроблено одноголосних методичних підходів щодо оцінки показників фінансового стану підприємства за НП(С)БО 1.

Одним з найважливіших етапів статистичної оцінки фінансового стану підприємства є аналіз відносних показників (коефіцієнтів) фінансового стану підприємства.

Необхідним є визначення оптимального переліку показників. Методичні рекомендації, що надаються державними установами, та праці як вітчизняних, так і зарубіжних науковців, містять певні протиріччя, відмінності у назвах та алгоритмі розрахунку фінансових коефіцієнтів, значні коливання у їх нормативних значеннях.

Вивчення вищезазначених джерел дозволило виділити основні коефіцієнти, що наведені для розрахунку у більшості методичних підходів. У таблиці запропоновано варіанти розрахунку основних показників на основі П(С)БО 2 та НП(С)БО) 1, що дозволяють мінімізувати похибки та досягти найбільш точних результатів аналізу (табл. 1).

*Таблиця 1*

**Розрахунок основних показників ліквідності, платоспроможності та фінансової стійкості**

Назва показника	Нормативне значення, очікувана тенденція	Словесний порядок розрахунку	Порядок розрахунку за П(С)БО 2	Порядок розрахунку за НП(С)БО 1
1	2	3	4	5
Коефіцієнт абсолютної ліквідності (платоспроможності)	0,2-0,35	Грошові кошти та їх еквіваленти в національній та іноземній валюті + поточні фінансові інвестиції / поточні зобов'язання	$\Phi 1 \text{ p.230} + \text{p.240} + \text{p.220} / \Phi 1 \text{ p.620}$	$\Phi 1 \text{ p.1165} + \text{p.1160} / \Phi 1 \text{ p.1695} - 1660 - 1665 + 1700$
Коефіцієнт швидкої ліквідності	0,6-0,8	Оборотні активи –запаси – витрати майбутніх періодів / поточні зобов'язання	$\Phi 1 \text{ p.260} - (\text{p.100} + \text{p.110} + \text{p.120} + \text{p.130} + \text{p.140}) / \Phi 1 \text{ p.620}$	$\Phi 1 \text{ p.1195} - \text{p.1170} - (\text{p.1100} + \text{p.1110}) / \Phi 1 \text{ p.1695} - 1660 - 1665 + 1700$
Коефіцієнт поточної (загальної) ліквідності	>1,5 Збільшення	Оборотні активи / позиковий капітал (довгострокові та поточні зобов'язання)	$\Phi 1 \text{ p.260} / \Phi 1 \text{ p.480} + \text{p.620}$	$\Phi 1 \text{ p.1195} - \text{p.1170} / \Phi 1 \text{ p.1595} - 1520 - 1525 + \text{p.1695} - 1660 - 1665 + 1700$

1	2	3	4	5
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	>0,1	Власні оборотні активи (власний капітал – необоротні активи) / власний капітал	Ф1 р.380 – р.080/ Ф1 р.380	Ф1 р.1495 – р.1095/ Ф1 р.1495
Коефіцієнт співвідношення позикових та власних коштів (заборгованості)	Зменшення	Позиковий капітал (довгострокові та поточні зобов'язання) / власний капітал	Ф1 р.480 + р.620 / Ф1 р.380	Ф1 р.1595 – 1520 – 1525 + р.1695 – 1660 – 1665 + 1700 / Ф1 р.1495
Коефіцієнт фінансової автономії (незалежності)	0,5 Зростання	Власний капітал / баланс	Ф1 р.380/ Ф1 р.280 (або р.640)	Ф1 р.1495/ Ф1 р.1300 (або р.1900)

Отже, при проведенні оцінки фінансового стану підприємства важливо визначити сукупність показників та забезпечити їх заставлення з урахуванням змін форм фінансової звітності з метою наближення до міжнародних стандартів. Наведений порядок розрахунку коефіцієнтів дозволяє підвищити якість аналізу та забезпечити отримання коректних висновків щодо фінансового стану підприємства.

#### ЛІТЕРАТУРА:

1. Методичні рекомендації щодо виявлення ознак неплатоспроможності підприємства та ознак дій з приховування банкрутства, фіктивного банкрутства чи доведення до банкрутства [Електронний ресурс] // Наказ Міністерства економіки України №14 від 19.01.2006 (у редакції наказу Міністерства економіки України №1361 від 26.10.2010). – Режим доступу: [http://me.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art\\_id=161074&cat\\_id=32854](http://me.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=161074&cat_id=32854)

2. Лисенко, А.М. Особливості складання фінансової звітності з 2013 року та їх вплив на формування алгоритму розрахунку основних показників, що застосовуються у процесі аналізу фінансового стану підприємства / А.М. Лисенко // Держава та регіони. Сер. : Економіка та підприємництво. – 2013. – №5. – С. 68-73.

3. Подольська, В.О. Фінансовий аналіз : навч. посіб. / В.О. Подольська, О.В. Яріш. – К. : Центр навчальної літератури, 2007. – 488 с.

## ВИРОБНИЦТВО МОЛОКА ТА МОЛОКОПРОДУКЦІ В ПРИМІСЬКИХ ГОСПОДАРСТВАХ

Т.А. Гуцул, канд. екон. наук

*Національний університет біоресурсів і природокористування України*

Населення міст і промислових центрів споживають сотні тисяч тон сільськогосподарської продукції, серед якої основну частину займає малотранспортабельна. Дальні транспортні перевезення потребують значних матеріальних коштів і знижують якість продукції. В зв'язку з цим виникає об'єктивна необхідність в забезпеченні міського населення в достатній

кількості малотранспортабельними продуктами харчування, які розташовані в безпосередній близькості від споживача. Тому в приміських господарствах повинно розвиватись інтенсивне виробництво незбираного молока, яєць, овочів, картоплі (особливо молоді), ягід.

На сучасному етапі розвитку сільськогосподарського виробництва особлива роль відводиться спеціалізації. Вона не тільки визначає всю організаційну структуру сільськогосподарського виробництва, але і вимагає відповідної системи агротехнічних та зоотехнічних заходів. Поглиблена спеціалізація, раціональна концентрація і правильне співвідношення галузей забезпечить максимальний вихід продукції з одиниці земельної площі при найменших затратах праці і матеріальних ресурсів. Крім того, спеціалізація дозволяє зосередити основні виробничі ресурси на невеликій кількості ведучих галузей, які не тільки відповідають місцевим умовам, але і найбільш успішно поєднуються між собою. При виборі виробничого напрямку і поєднання галузей треба врахувати вплив ряду інших факторів, серед них чільне місце займає фактор економічних переваг. Підприємства зосереджують зусилля на виробництві тих видів продукції, які забезпечують максимальну економічну вигоду або мінімальні економічні втрати. До поглиблення спеціалізації підприємств спонукає конкуренція між сільськогосподарськими товаровиробниками, що істотно посилюється в умовах насиченого продовольством ринку. Кожне підприємство концентрується на виробництві тих видів продукції, які є конкурентоспроможними і відмовляються від виробництва продукції, яка більш ефективна на інших підприємствах.

Підвищення добробуту населення України значною мірою залежить від розвитку сільського господарства та зростання його ефективності. Молочне скотарство входить до числа найбільш інтенсивних сільськогосподарських галузей, що вимагає значних затрат ресурсів. Молоко – це продукт, який швидко псується і є малотранспортабельним. Тому молочне поголів'я розміщують перш за все у приміських зонах великих міст.

Однією з важливих проблем розвитку ринку молока і молочних продуктів приміських районах є переміщення значного обсягу виробництва молока від сільськогосподарських підприємств до особистих селянських господарств. Населення приміських районів утримує корів майже виключно для забезпечення власних потреб, а також частково для реалізації молока та молочної продукції на сільськогосподарських ринках. Задоволення власних споживчих потреб, зростаючий купівельний попит на молочну сировину з боку молокопереробних підприємств, реалізація молока та молочної продукції на міських ринках – основні фактори, що обумовили зростання виробництва молока в господарствах населення приміської зони.

Ефективність виробництва молока характеризується тісним зв'язком з ефективністю переробки цього продукту. Молочна промисловість України є однією з провідних галузей агропромислового комплексу. Раніше майже в кожному районному центрі країни був молокопереробний завод. Наявні відмінності у рівнях споживання молока та молокопродуктів в регіонах пов'язані з специфікою формування цього ринку. Таким видам молочної

продукції, як масло, тверді сири, сухе та згущене молоко властива добра транспортабельність і тому вони мають широкий ринок збуту. А незбиране молоко, сметана, кефір, вершки не можуть зберігатись тривалий час. Тому їх ринок збуту тяжіє до зон виробництва.

Отже, підсумовуючи викладене можна зробити висновок, що спеціалізація повинна бути центральною ланкою науково обґрунтованої системи ведення сільського господарства сільськогосподарських підприємств приміських зон. Саме при поглибленій спеціалізації всі виробничі ресурси функціонують ефективніше й ступінь оптимальності їх використання зростає. При цьому значно знижується трудомісткість виробництва і зростають показники його ефективності – продуктивність худоби та рентабельність виробництва молока.

## **МЕТОДИ ВИЗНАЧЕННЯ ТА ПОРЯДОК ЗАСТОСУВАННЯ ЗВИЧАЙНИХ ЦІН НА ПІДПРИЄМСТВАХ М'ЯСОПЕРЕРОБНОЇ ГАЛУЗІ**

**А.Д. Драган**

*Національний університет харчових технологій*

З 1 січня 2013 року набрали чинності нові правила визначення звичайних цін наведених у ст. 39 Податкового кодексу України. Згідно до Податкового кодексу: «Звичайна ціна товарів визначена сторонами договору, якщо інше не встановлено цим кодексом. Якщо не доведено зворотне, вважається, що така звичайна відповідає рівню ринкових цін».

Податковим кодексом встановлені такі методи визначення звичайних цін: порівняльної неконтрольованої ціни (аналогів продажу); ціни перепродажу; «витрати плюс»; розподілення прибутку; чистого прибутку.

При визначенні звичайної ціни згідно з цими методами, використовується інформація про ціни в операціях між не пов'язаними особами у співставлених умовах на відповідному ринку товарів, робіт та послуг.

Для визначення звичайної ціни за методом порівняльної неконтрольованої ціни (аналогів продажу) використовується інформація про укладені договори про продаж такого товару (робіт, послуг), договори з ідентичними (однорідними) товарами (роботами, послугами) у порівняних умовах на відповідному ринку товарів (робіт, послуг). При цьому враховуються умови договорів, як обсяг товарів, обсяг функцій, що виконується сторонами; умови розподілу ризиків і вигід між сторонами; строки виконання зобов'язань; умови здійснення платежів, характеристика ринку товарів, на якому здійснено господарську операцію; бізнес-стратегія підприємства; звичайні надбавки чи знижки до ціни під час укладення договорів між непов'язаними особами, а так же інші об'єктивні умови, що можуть вплинути на ціну. При цьому враховуються під час укладення договорів між непов'язаними особами надбавки чи знижки до ціни. Знижки можуть встановлені, які зумовлені сезонними та іншими коливаннями споживчого попиту на товари (роботи, послуги), втратою товарів якості певних властивостей, наближенням терміну закінчення придатності або строку реалізації.

Визначення звичайної ціни на продукцію підприємств м'ясопереробної галузі методом порівняльної неконтрольованої ціни (аналогів продажу) може застосовуватися на малих і середніх підприємствах з чисельністю працюючих до 300 чоловік, в яких обмежена чисельність інженерно-технічних працівників. На великих підприємствах цей метод потрібно використовувати при визначенні оптимальної кінцевої ціни для підвищення конкурентоспроможності продукції.

Згідно з методами ціни перепродажу застосовується договірна ціна продукції, яка визначена під час продажу такої продукції покупцем третій особі, з врахуванням відповідної оцінки та витрат пов'язаних зі збутом продукції. Даний метод застосовується, коли покупець оптових обсягів перепродає продукцію більш роздрібному торговцю.

За методами «витрати плюс» застосовується ціна, що складається із собівартості готової продукції, яку визначає продавець і відповідної націнки, звичайної для відповідного виду діяльності за співставних умов. Мінімальний розмір оцінки може бути визначено на законодавчому рівні.

Відповідно до методу розподілення прибутку визначається прибуток від операції, який повинен бути розподілений між учасниками. Такий прибуток розподіляється на економічно обґрунтованій основі, що наближує цей розподіл прибутку, який отримали б учасники операцій, що були непов'язаними особами. Цей метод можна використовувати в інтеграційних об'єднаннях в які входять м'ясопереробні, відгодівельні та сільськогосподарські підприємства, що забезпечують м'ясокомбінати сировиною. У договорі про співпрацю узгоджуються закупівельні ціни на постачання сировини на м'ясокомбінати, а також розподіл прибутку отриманого при реалізації готової продукції із даної сировини та встановлюється відсотковий норматив розподілу прибутку м'ясокомбінату та сільськогосподарському підприємству.

Дані нормативи розраховуються на підставі економічного обґрунтування витрат на виробництво і реалізацію готової продукції м'ясокомбінатом, а також витрат на вирощування та відгодівлю тварин сільськогосподарським підприємством та іншими витратами на розвиток підприємства.

Дані нормативи повинні щорічно економічно обґрунтовуватись у залежності від змін законодавства, цін на матеріальні ресурси, заробітної плати та розвитку підприємств. Метод розподілу прибутку буде стимулювати колективи сільськогосподарського підприємства та м'ясокомбінату, підвищувати ефективність роботи та покращувати якість продукції.

Метод чистого прибутку ґрунтується на порівнянні показників рентабельності операцій, які розраховується на підставі відповідної бази (такої як витрати, обсяг реалізації, активи), з аналогічними показниками рентабельності операцій між пов'язаними особами у співставних економічних умовах. За даним методом показники рентабельності, на наш погляд, потрібно розраховувати на підставі витрат і порівнювати з аналогічним показником рентабельності операційної діяльності між непов'язаними особами однорідних цехів, заводів, підприємств. Підприємствам м'ясопереробної галузі притаманний замкнений цикл виробництва і реалізації продукції кожним цехом, тобто виробничим підрозділом. Порівняння рентабельності продукції за



однорідними цехами дає можливість аналізувати ефективність діяльності цехів та продукції, визначати сильні та слабкі сторони їх роботи. Це дає можливість правильно розрахувати розмір планової рентабельності продукції при розрахунку звичайної ціни.

Враховуюче вищевикладене, вважаємо, що особливості практичного застосування звичайних цін на підприємствах м'ясопереробної галузі та методи їх визначення потребують подальшого наукового дослідження.

## **ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ КАДРОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ М'ЯСОПЕРЕРОБНОЇ ГАЛУЗІ**

**О.І. Драган**, д-р екон. наук

*Національний університет харчових технологій*

В умовах економічної нестабільності потрібно шукати шляхи для перегляду та змін існуючих бізнес-процесів, а також суттєвих скорочень витрат у всіх сферах діяльності підприємства. У такій ситуації в першу чергу під скорочення потрапляють витрати, пов'язані з формуванням кадрового потенціалу підприємства. Водночас сучасні інновації підприємств націлені: 1) на здешевлення готової продукції, а саме застосування заміників м'яса, тваринного і рослинного походження, стабілізаторів, барвників, ароматизаторів, емульгаторів тощо; 2) підвищення вимог до якості продукції зі сторони споживачів, зростання попиту на заморожені, розфасовані та упаковані м'ясні продукти. Впровадження цих інновацій вимагає швидкої зміни технологій, застосування сучасного обладнання, дотримання контролю та управління виробничими процесами, поглиблення знань у сфері біотехнології, хімії і мікробіології. Відповідно ускладнились завдання, які покладені в основу формування кадрового потенціалу щодо відповідності спеціалістів та фахівців до вимог сучасного виробництва м'ясопереробної галузі.

*Кадровий потенціал підприємства* – це сукупність здібностей і можливостей кадрів забезпечувати досягнення цілей довгострокового (стратегічного) розвитку підприємства.

*Кадровий потенціал* підприємства характеризується такими кількісними та якісними показниками: а) *кількісні показники*: чисельність працівників; професійно-кваліфікаційний склад кадрів; статевий склад; середній вік працівників; стаж роботи на підприємстві в цілому і на певній посаді; укомплектованість підприємства кадрами (рівень заміщення посад) та ін.; б) *якісні показники*: індивідуально-кваліфікаційний потенціал кожного працівника (професійні характеристики); індивідуальні професійні характеристики (професійний досвід, соціально-психологічні особистості, конкурентоспроможність працівника); соціально-психологічні й організаційні параметри групової динаміки: групова згуртованість, соціально-психологічний клімат, організаційна культура та цінності підприємства тощо.

Різноманітність елементів у поєднанні з різноманітністю численних економічних, соціальних, технологічних, екологічних, якісних факторів лежать в основі поступального розвитку потенціалу, що повинен постійно

вдосконалюватися згідно потреб виробництва, яке визначається динамічними ринковими змінами.

Величина кадрового потенціалу на конкретний період часу залежить від кількості і якості трудових ресурсів підприємства, що формуються індивідуальними потенціалами працівників, та чинниками макро- й мікроекономічного середовища, сукупні умови якого дозволяють забезпечувати освітньо-кваліфікаційний і професійний розвиток кадрів (їх кількісних і якісних характеристик) та досягати найбільш ефективного використання кожного працівника завдяки синергії управління.

Особливості сучасного формування кадрового потенціалу підприємств зумовлені: розвитком різних організаційно-правових структур на основі приватної та колективної форм власності; необхідністю постійного пристосування до динамічних змін ринкового середовища; вагомістю м'ясного виробництва як основи продовольчої безпеки країни; посиленням процесів економічної глобалізації; диверсифікацією підприємств; диференціацією населення країни за рівнем доходів; специфікою виробництва м'ясної продукції; рівнем підготовки кадрів у спеціалізованих навчальних закладах.

З досвіду діяльності вищих навчальних закладів, які випускають спеціалістів для підприємств галузі за останні 10 років, можна зробити наступні висновки:

- різка зміна ієрархії моральних цінностей вимагає нової мотивації потреб отримання вищої професійної кваліфікації. Усвідомлення особистої зацікавленості студентів у здобутті знань та навиків стало важливим фактором успіху в освоєнні курсу учбової програми з фахових дисциплін спеціальностей;

- недостатність сучасних посібників з технології, обладнання, автоматизації виробничих процесів, інструкцій (положень) щодо впровадження стандартів для м'ясопереробної галузі;

- застосування застарілих лабораторій у вузах. Тому що сучасна техніка перероблення м'яса настільки високопродуктивна і складна, дорога і не по кишені більшості вищих навчальних закладів без сторонньої фінансової допомоги;

- доступ до зарубіжних технологій є обмеженим. Студенти можуть з ними ознайомитися тільки при проходженні практики (виробничої або переддипломної) на передових підприємствах.

Тому для формування кадрового потенціалу – отримання висококваліфікованих спеціалістів відповідно до потреб підприємств м'ясопереробної галузі необхідно ефективно співпрацювати з навчальними закладами та приймати участь у їх підготовці – представляти місця для проходження практики безпосередньо на виробництві, надавати сучасну інформацію про інновації, технологію, обладнання, програмне забезпечення, стандарти тощо.

## **РИЗИКИ ВИКОРИСТАННЯ АУТСОРСИНГУ ЯК ДІЄВОГО ІНСТРУМЕНТУ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

**І.В. Євсєєва**, канд. екон. наук

*Національний університет харчових технологій*

Останнім часом вітчизняні підприємці все більшу увагу приділяють аутсорсингу бізнес-процесів. Початок «епохи аутсорсингу» пов'язують з 60-х рр. ХХ ст. [1], хоча в світі тенденції його активного розвитку припадають на 90-ті роки ХХ ст. [2]. На початку ХХІ ст. у США до 80%, у Європі біля 50-60% торгових мереж передавали різні функції на аутсорсинг. Потужні компанії переважно створювали власні служби, а до моделі аутсорсингу зверталися, коли було необхідно зберегти конкурентоспроможність і значно скоротити витрати. Практикою доведено, що залежно від виду аутсорсингу витрати на непрофільні сфери діяльності підприємств можна зменшувати на 10-40% [2, с. 124].

Аутсорсинг – це обумовлене договором використання матеріальних засобів, майна та знань третьої особи з гарантованим рівнем якості, гнучкості та цінності вартісних критеріїв і оцінок для надання послуг, які раніше надавалися за рахунок внутрішніх сил компанії, з можливим переходом наявного персоналу до постачальника послуг та/або трансформацією/оновленням процесів або технологій, що підтримують бізнес [3]. Отже, аутсорсинг – це відмова від власного бізнес-процесу протягом обумовленого в договорі терміну та придбання послуг з реалізації цього бізнес-процесу в іншій компанії [4].

На нашу точку зору, найбільш повно та точно поняття аутсорсингу відображають основні його принципи: «займатися тим, що можеш і вмієш робити краще, ніж інші» та «доручати іншим те, що вони роблять краще та дешевше» [5, с. 48].

Серед основних видів аутсорсингу найбільш розповсюдженими є: аутсорсинг інформаційних технологій, аутсорсинг бізнес-процесів, виробничий аутсорсинг, аутсорсинг у сфері послуг. Не дивлячись на багато переваг використання аутсорсингу, необхідним вважаємо розглянути основні ризики, що можуть виникати у підприємств при застосуванні даного методу удосконалення ведення власних бізнес-процесів.

Так, ризик аутсорсингу інформаційних технологій пов'язаний із необхідністю відкриття баз даних підприємства, передачі інформації сторонній організації, розкриття її конфіденційності.

Основними ризиками аутсорсингу бізнес-процесів є зниження продуктивності праці персоналу, можливість плинності кадрів через небажання працювати на даному підприємстві або ж навпаки нестача висококваліфікованого персоналу, які б могли вирішувати поставлені перед ними задачі. Оскільки до послуг аутсорсингових компаній більшість вітчизняних підприємств звертаються у кризових чи передкризових становищах, то необхідним є перегляд маркетингової стратегії з метою розуміння шляхів розвитку підприємства. Такий стан справ свідчить про

некомпетентність персоналу відділу маркетингу та збуту, невірну систему мотивації, необхідність навчання та підвищення їх рівня знань з метою набуття вміння швидко адаптуватися в зовнішньому середовищі та вчасно реагувати на зміни ринкових умов господарювання.

Виробничий аутсорсинг передбачає передачу частини виробничих процесів або всього циклу виробництва сторонній компанії. Основними ризиками можуть виступати ризик погіршення якості продукції, що не буде задовольняти потреби споживачів і призведе до втрати ринкових позицій. Тому необхідним є знаходження саме надійних партнерів, які б могли засвідчити надання якісних послуг при одночасному досягненні економії на витратах.

Дані проведеного спеціалізованого дослідження контакт центром Cartli в Україні свідчать, що 36% опитаних передають на аутсорсинг різні виробничі процеси, в тому числі: ІТ-послуги – 40,5%, логістику – 35,1%, ресурсне забезпечення власних виробничих процесів – 27%, маркетингові бізнес-послуги – 21,6%, рекрутмент – 18,9%, бухоблік – 13,5%, розрахунок зарплат – 13,5%, обробку та систематизацію інформації – 8,1%, аутсорсинг медичних представників – 8,1%, кадрове діловодство та облік кадрів – 5,4%, різні адміністративні функції – 2,7% [6].

Опитування свідчить про те, що 41,2% респондентів, задіявши аутсорсингові послуги, заощаджують власні ресурси, 37,6% домоглися оптимізації і прискорення бізнес-процесів, 32,9% – досягли підвищення ефективності, 14,1% – поліпшення якості та контролю за робочими процесами, 14,3% помітили, що застосування аутсорсингу дає можливість користуватися рішеннями, заснованими на новітніх досягненнях галузі [6].

Отже, підприємці самостійно приймають рішення про використання послуг сторонніх компаній чи здійснення бізнес-процесів власними зусиллями. Основними переконаннями для підприємців завжди буде доцільність, результативність та ефективність надання переваги певному інструменту покращення функціонування підприємства та забезпечення його подальшого розвитку.

#### ЛІТЕРАТУРА:

1. Аалдерс, Р. Аутсорсинг: практическое руководство / Р. Аалдерс: – М.: Альпина Бизнес Букс, 2003. – 470 с.
2. Гребешкова, О.М. Стратегічні партнерства підприємств: навч. посіб./ О.М. Гребешкова, Г.В. Махова. – К.: КНЕУ, 2012. – 405 с.
3. Бравар, Ж.-Л. Эффективный аутсорсинг [Текст] / Ж.-Л. Бравар, Р. Морган. – Баланс Бизнес Букс, 2007. – 288 с.
4. Каледжян, С.О. Аутсорсинг сегодня – это фордовский конвейер 100 лет назад: второе дыхание бизнеса? [Текст] / С.О. Календжян // Управление персоналом. – 2010. – №3 (229). – С. 15-22.
5. Аникин, Б.А. Аутсорсинг и аутстаффинг: высокие технологии менеджмента: учеб. пособие / Б.А. Аникин, И.Л. Рудая. – М. : Инфра-М, 2007. – 288 с.
6. Аутсорсинг в Украине достиг миллиардных долларовых оборотов [Электронный ресурс] // Колл центр «Cartli». – Режим доступа :

## **УПРАВЛІННЯ МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА. ПЛАНУВАННЯ РЕМОНТНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ ВИРОБНИЦТВА ДП «УКРЗАЛІЗНИЦЯ»**

**С.А. Захарченко,**

**М.В. Шашина,** канд. екон. наук

*Національний технічний університет України «КПІ»*

Машини та устаткування складаються з багатьох конструктивних елементів, які в процесі експлуатації зазнають різних навантажень і тому зношуються нерівномірно. Виникає необхідність відновлення та заміни зношених частин устаткування, які ще придатні для подальшого використання. Експлуатація й обслуговування устаткування на підприємстві в нашій країні проводяться за єдиною схемою планово-попереджувального ремонту (ППР).

Найбільшою проблемою ДП «Укрзалізниця» є більше 55% використання застарілого сервісного обладнання, що призводить значних витрат на ремонт, як залізниці так і самого сервісного обладнання в результаті його зношення після багаторазового використання. Ефективність роботи ремонтного обслуговування виробництва багато в чому залежить від якості і продуктивності праці на підприємстві, так як питома вага витрат на утримання та ремонт обладнання в собівартості продукції складає 10%. Головною причиною значних витрат на обслуговування технологічного устаткування та його ремонт є його низька якість. У порівнянні з кращими закордонними зразками аналогічного класу вітчизняне технологічне обладнання вимагає у 3-5 разів більше коштів на ремонт, технічне обслуговування та використання. У свою чергу, низька якість вітчизняної продукції приладобудування пояснюється низькою якістю маркетингових досліджень. Звідси можна зробити висновок, що ефективність ремонтного господарства залежить як від якості технологічного обладнання, так і від рівня організації роботи ремонтного господарства в сфері використання обладнання.

Наразі значна частина діагностичних робіт проводиться на основі візуальних оглядів, і тому на даний час постало завдання автоматизації збору цієї інформації за допомогою технічних засобів. Першим кроком для його виконання було створення у 2012-2013 рр. центру діагностики залізничної колії та шести лабораторій діагностики залізничної колії на кожній сталевій магістралі України. Перевагами комплексної діагностики є: 1) підвищення достовірності діагностики за рахунок контролю і аналізу всього комплексу параметрів інфраструктури; 2) збільшення пропускної спроможності дільниць за рахунок виконання робіт з обслуговування інфраструктури в суміщені (єдині) «вікна»; 3) збір та збереження єдиної достовірної інформації стану всієї інфраструктури та ведення єдиних статистичних даних в одній структурі.

Мета створення такої системи — забезпечення стійкого функціонування інфраструктури у всьому можливому діапазоні умов експлуатації, в тому числі

прискореної. Комплексний підхід до розв'язання завдань з оцінювання стану об'єктів інфраструктури дозволяє скоротити витрати на утримання і ремонт інфраструктури. Для реалізації даного проекту потребується і створення нормативної бази, яка повинна забезпечувати можливість всебічного оцінювання стану об'єктів інфраструктури з автоматизованим визначенням необхідних термінів та обсягів робіт з поточного утримання й ремонтів, а також оцінювання наслідків зміни цих термінів. Діагностика стану об'єктів інфраструктури (залізнична колія, контактна мережа, пристрої СЦБ і зв'язку) на таких магістралях буде здійснюватись окремо кожним діагностичним засобом чи з використанням спеціальних комплексних діагностичних поїздів. Тож нині залізнична колія є основною базою для втілення інноваційної системи обслуговування, єдиного центру діагностики інфраструктури Укрзалізниці.

Для цього на залізницях України потрібно використовувати що найменше двадцять сучасних вагонів-колієвимірювачів КВЛ-П, які вимірюють усі необхідні геометричні характеристики залізничної колії. Вагони обладнані бортовою автоматизованою системою (БАС), яка вже упродовж десяти років самостійно вимірює та оцінює відхилення від норм утримання залізничної колії, а вся ця інформація зберігається на ПК.

Територія України досить велика, а центральні органи управління залізницями України розташовані в м. Києві. Тому й було створено центральний сервер Укрзалізниці, через який кожного дня центром діагностики зі всіх залізниць та мобільних діагностичних засобів ведеться збір і обробка інформації стану залізничної колії та передається Головному управлінню колійного господарства. Це дає змогу керівництву Головного управління колійного господарства Укрзалізниці оперативніше реагувати та контролювати ситуацію щодо усунення виявлених недоліків, стану безпеки руху й детального аналізу роботи працівників колійного господарства в усіх куточках України.

Аналогічний закордонний досвід показує, що при залученні інноваційного обладнання по обслуговуванні залізниці дає можливість скоротити не тільки витрати коштів, але й часу, сервісу, якості, продуктивності праці при тих же наявних робочих кадрах (перекваліфікованих), тобто затрати на більш дорожче, сучасне обладнання несуть за собою не великий термін окупності, за рахунок вище зазначених переваг. Застосування інноваційних рішень, частіше за все спонукає управління підприємства до стабілізації, розвитку, ефективності функціонування.

#### **ЛІТЕРАТУРА:**

1. Охріменко, В.М. Конспект лекцій з дисципліни «Планування і контроль на підприємстві» / В.М. Охріменко, Ю.Ю. Леонт'єва. – Х. : ХНАМГ, 2010. – 165 с.
2. Тарасюк, Г.М. Планування діяльності підприємства: навч. посіб. / Г.М. Тарасюк, Л.І. Шваб. – К. : Каравела, 2005. – 312 с.

## НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Т.Л. Керанчук, канд. екон. наук  
Національний університет харчових технологій

Малий бізнес як інституційний сектор економіки давно став домінуючим за чисельністю та обсягами виробництва у провідних країнах світу. Малі підприємства забезпечують гнучкість та стійкість економічної системи, наближують її до потреб конкретних споживачів та водночас – виконують важливу соціальну роль, надаючи робочі місця та забезпечуючи джерело доходу для значних прошарків населення.

На нашу думку, в сучасних умовах малий бізнес в Україні міг би стати потужним драйвером для росту, адже наразі мале підприємництво в Україні незаслужено нерозвинуте і складає малу долю (15%) ВВП країни, в той час як в країнах Європи ця частка становить біля 60% [1].

Аналіз структури малих підприємств в Україні дає можливість зробити висновки, що більше половини загальної кількості діючих малих підприємств (52%) здійснює свою діяльність у сфері торгівлі, громадського харчування, матеріально-технічного забезпечення і збуту, 14% – у промисловості, 10% – у будівництві, 5% – у сфері побутового обслуговування. У невеликій кількості малі підприємства функціонують у сфері науки, транспорту та зв'язку, охорони здоров'я, фінансово-кредитній діяльності, у сфері культури і мистецтва, у сільському господарстві, освіти та ряді інших галузей економіки [2]. Отже, накопичений приватний або пайовий капітал спрямовується переважно не у виробничу сферу, а на ринок торговельно-посередницьких послуг, де швидше і без значних витрат можна одержати більш високі прибутки, що само по собі є негативним явищем. Основні причини, які обумовлюють вищезначений дисбаланс та гальмують розвиток малого бізнесу, відображені на рис. 1 [3].

Якщо адаптувати досвід розвинутих держав, то в Україні можна швидкими темпами досягти високого рівня розвитку малих підприємств. З нашої точки зору, необхідно концентрувати увагу на трьох основних напрямках: продумана податкова політика, забезпечення вільного доступу до фінансових ресурсів та сприяння інвестиціям.

*Податкова політика:* До безпосередніх змін у системі спрощеного оподаткування, обліку та звітності суб'єктів малого підприємництва (стосовно її вдосконалення), які вже визріли в Україні, можна віднести:

- перегляд (стосовно збільшення або скасування) обмеження щодо кількості працівників, які можуть працювати на малому підприємстві;
- перегляд (стосовно збільшення) обмеження щодо обсягів виторгу від реалізації для малого підприємства на спрощеній системі оподаткування.
- створення на малих підприємствах системи моніторингу змін у податковій політиці держави, яка сприятиме запобіганню необґрунтованому впливу розміру податкового навантаження на показники ефективності фінансово-господарської діяльності малого підприємства, організації роботи з правового захисту підприємства внаслідок контролюючих дій податкових

служб і т.д.



Рис. 1. Основні проблемні фактори ведення бізнесу в Україні, 2013-2014 рр.

*Доступність позикових фінансових ресурсів*, тобто кредитування: одним з основних дестабілізуючих факторів розвитку малих підприємств є неефективна фінансово-кредитна політика щодо їх підтримки, особливо підприємців-початківців. У зв'язку з цим необхідно розвивати банківські установи, в компетенцію яких входило б пільгове кредитування економічно обґрунтованих бізнес-планів малих підприємств, цільове фінансування територіальних програм розвитку підприємництва в пріоритетних галузях територіальної економіки, здійснення лізингових операцій, що значною мірою зняло б напругу в матеріально-технічному забезпеченні суб'єктів малого підприємництва, які функціонують у сфері виробничого бізнесу. З цією метою необхідно:

– створення розгалуженої мережі малих кооперативних банків, які спеціалізуються на кредитуванні малих підприємств;

– розширення бази кредитування малих підприємницьких структур та зниження процентних ставок за кредитами;



– активізація співпраці з іноземними фінансовими інститутами, що функціонують у сфері малого бізнесу.

– встановлення визначеного часового лагу із нульовим рівнем оподаткування для малих підприємств, які розпочинають свою діяльність з метою стимулювання розвитку малих підприємницьких структур, особливо в депресивних регіонах, Тривалість визначення тимчасового лагу повинна бути диференційована залежно від виду діяльності, галузі економіки, обсягів виробництва, валових доходів і прибутку, кількості новостворених робочих місць.

*Інвестиції.* Підвищення ефективності господарської діяльності малих підприємств, забезпечення її зростання в умовах ринкових відносин зумовлюють необхідність пошуку шляхів подовження життєвого циклу товарів на ринку, що неможливе без ефективного розвитку інвестиційного процесу. Результати аналізу використання ресурсів фінансово-кредитних установ для фінансового забезпечення інвестиційної діяльності малих підприємств показали, що серед клієнтів банків переважають торговельні та посередницькі організації, у зв'язку з чим промислові й сільськогосподарські малі підприємства, які не належать до сфер зі швидкою окупністю капітальних вкладень, втрачають інвестиційну привабливість як для вітчизняного, так і для іноземного інвестора. Труднощі з отриманням кредитів зумовлені їх короткостроковістю (від 6 до 18 місяців), високою вартістю позичкового капіталу (від 23 до 36%) і необхідністю ліквідної застави (від 120 до 200% від вартості застави).

Ключовим є розуміння того, що ситуація, яка зараз сформувалася, — не безвихідна та не унікальна. Є світовий досить успішний досвід подолання економічних криз, який потрібно адаптувати до умов українського бізнес – середовища та реалізувати конкретні заходи для усунення кризових явищ.

#### **ЛІТЕРАТУРА:**

1. Мельников, А.М. Основи організації бізнесу [Текст] : навч. посіб. / А.М. Мельников, О.А. Коваленко, Н.Б. Пундяк ; за заг. ред. А.М. Мельникова. – К. : Центр учбової літератури, 2013. – 200 с.

2. Васильців, Т.Г. Економіка малого підприємства [Текст] : навч. посіб. / Т.Г. Васильців, О.І. Іляш, Н.Г. Міценко; за ред. д-ра екон. наук Т. Г. Васильціва. – К.: Знання, 2013. – 446 с.

3. Аналіз індексу конкурентоспроможності України в 2013-2014 рр. [Електронний ресурс] // Інформаційно-аналітичний центр Info-Light : Всесвітній економічний форум, 2013-2014 рр. : матер. – Режим доступу: <http://infolight.org.ua/content/analiz-indeksu-konkurentospromozhnosti-ukrayini-v-2013-2014-rr>.

## **ПЕРСПЕКТИВИ РЕФОРМУВАННЯ ПОДАТКОВОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ**

**І.В. Ковальчук**, канд. екон. наук  
*Національний університет харчових технологій*

В Україні не припиняється податкова реформа, професійне співтовариство безуспішно намагається поліпшити діючу податкову систему. Однак головна хвороба системи лежить в площині законодавства і правової свідомості як держави, так і бізнесу. Безліч норм Податкового кодексу викликають питання щодо їх змісту та подвійного тлумачення, що породжує невизначеність у податкових правовідносинах. А це – одне з найбільш небажаних проявів будь-якої податкової системи. До того ж правова невизначеність порушує принцип верховенства права. Така ситуація негативно позначається на репутації податкової системи України серед міжнародних інвесторів і вітчизняного бізнесу [1].

Податкова реформа 2014-го змінилася податковою реформою 2015-го. Відповідно до заяв Уряду України, остаточний варіант змін до Податкового кодексу має бути готовий до літа поточного року. Останні зміни повинні торкнутися єдиного соціального внеску, податку на доходи фізичних осіб, рентних платежів, акцизів та механізму електронного адміністрування ПДВ. Усі новації в тій чи іншій мірі розробляються на вимогу МВФ. Проте слід розуміти, що, декларуючи перед кредитором одне, чиновники дуже часто реалізують зовсім інше.

Активно обговорюються варіанти оподаткування розкоші і введення обов'язкового декларування доходів громадян. Потребує вирішення й питання оподаткування нерухомого майна, відмінного від земельної ділянки, в залежності від рівня доходів платників податку. Не виправдав очікувань уряду і імпорتنний збір, який вводився з метою збалансування бюджету та зменшення тиску на національну валюту, проте не виправдав сподівань урядовців. Тому, швидше за все, його буде зменшено або скасовано.

Заплановано зниження ренти та зміну бази її нарахування для компаній, котрі видобувають газ в Україні. Підвищуючи ренту, Мінфін розраховував додатково залучити до бюджету 12,5 млрд. грн. і направити їх на субсидії для населення. Про те, де візьмуться ці ресурси в разі відмови від підвищення ренти, можна тільки здогадуватися. Але тарифи для населення вже підвищені, і кількість домогосподарств, які претендують на субсидії, до кінця наступного місяця, за оцінками міністра соціальної політики Павла Розенка, зросте вчетверо – до 4 млн. [2].

Передбачено також внесення змін в адміністрування місцевого 5-відсоткового акцизного збору. Прийнята система виявилася мертвонародженою, бо розрахована виключно на торговців, що мають касові апарати, а це аж ніяк не більшість. З одного боку, це не забезпечує заплановані надходження від додаткового акцизу до місцевих бюджетів, а з іншого – створює нерівні умови оподаткування для підприємців, які здійснюють торгівлю з використанням касових апаратів. Більш того, в парламенті ведеться

активна робота з просування законопроектів, що передбачають скасування обов'язкового введення реєстраторів розрахункових операцій для платників єдиного податку другої і третьої груп, що вносить ще більше сум'яття в процес.

В черговий раз зміняться і ставки ЄСВ. Першим кроком на шляху вдосконалення законодавства щодо оподаткування доходів, пов'язаних з оплатою праці, стало зменшення загального навантаження на фонд оплати праці з 56,86 до 34,8% при застосуванні понижуючого коефіцієнта 0,4. Наступним кроком, на думку експертів, має стати повне скасування ЄСВ і воєнного збору з встановленням єдиної ставки оподаткування на рівні 29% для 2016 г. з поступовим пониженням до 20%. Проте, деякі експерти, з одного боку, висловлюють сумніви стосовно можливості реалізувати настільки кардинальні плани зі скасування цього податку, а з іншого боку – висловлюють думку про те, що зниження ставки ЄСВ не буде ефективним без зниження ставок податку на доходи фізичних осіб, що поки не передбачається [2].

Проте, головне, що потребує негайного реформування, – це зміна в роботі фіскальної служби. І мова зараз не про красиві фрази щодо «трансформації податкової в сервісну службу». Необхідно ліквідувати корупційні схеми, які фіскальна служба сама створює, покриває і розвиває.

#### **ЛІТЕРАТУРА:**

1. Федчишин, Ю. Неопределенность как диагноз налоговой системы Украины [Электронный ресурс] / Ю. Федчишин // Дзеркало тижня. – 2015. – №15, 24 квітня. – Режим доступу: [www.gazeta.zn.ua/finances/neopredelennost-kak-diagnoz-nalogovoy-sistemy-ukrainy-html](http://www.gazeta.zn.ua/finances/neopredelennost-kak-diagnoz-nalogovoy-sistemy-ukrainy-html).

2. Самаєва, Ю. Налоговая перенедозагрузка [Электронный ресурс] / Ю. Самаєва // Дзеркало тижня. – 2015. – №12, 3 квітня. – Режим доступу : [www.gazeta.zn.ua/macrolevel/nalogovaya-perenedozagruzka-html](http://www.gazeta.zn.ua/macrolevel/nalogovaya-perenedozagruzka-html).

## **НЕОБХІДНІСТЬ СТВОРЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ**

**В.В. Лисенко**

*Запорізький національний університет*

Ефективна інформаційна система управління підприємством дозволяє керівнику отримувати актуальну і достовірну інформацію про усі сфери діяльності підприємства, без тимчасових затримок і зайвих проміжних ланок. При цьому інформація, яку отримує керівник є більш об'єктивною за відсутності людських чинників, які можуть суб'єктивно трактувати інформацію при передачі.

При створенні інформаційної системи управління на підприємстві, перш за все, рекомендується зробити часткову реорганізацію його структури і технологій ведення бізнесу. Це вимагає повного і достовірного обстеження підприємства в усіх аспектах його діяльності. На основі результатів обстеження, будують схему корпоративної інформаційної системи. В результаті обстеження зазвичай фіксується велика кількість місць виникнення

необґрунтованих додаткових витрат, а також протиріч в організаційній структурі. Усунення визначених недоліків дозволило б зменшити виробничі і логістичні витрати, а також істотно скоротити час виконання різних етапів основних бізнес-процесів. Але при цьому необхідно зважати, що реорганізація може бути проведена у ряді локальних точок, де вона об'єктивно потрібна, тобто не призведе до відчутного спаду активності виробничо-господарської діяльності підприємства.

Необхідно зауважити, що за умов створення та впровадження інформаційної системи управління працювати не стане простіше. Але автоматизація деяких видів діяльності дозволить прискорити процес і підвищити якість обробки замовлень, підвищити конкурентоспроможність продукції і рентабельність та конкурентоздатність підприємства в цілому. При цьому унікальної інформаційної системи для будь-якого виду виробництва не існує і, враховуючи, що кожне підприємство має свою унікальну організаційну специфіку, то при впровадженні інформаційної системи управління підприємством можуть виникати нестандартні ситуації, які вимагають додаткового розгляду і пошуку методів їх рішення.

Одним із можливих наслідків впровадження сучасної інформаційної системи управління підприємства є те, що існуюча виробнича база не справлятиметься з новим потоком замовлень, не зможе охопити усі ланки виробничого процесу. Отже, необхідно буде провести реорганізацію організаційно-технологічної системи підприємства, що згодом позитивно вплине на підвищення ефективності діяльності та сприятиме сталому розвитку підприємства в сучасних ринкових умовах господарювання.

## **ПЕРЕДУМОВИ ПОБУДОВИ СИСТЕМИ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА**

**М.С. Лисенко**

*Національний університет харчових технологій*

Функціонування будь-якого суб'єкта господарювання та його успішний розвиток та в сучасних ринкових умовах господарювання значною мірою залежить від надійної, якісно побудованої та ефективно діючої системи економічної безпеки підприємства. Створення служби економічної безпеки підприємства може передбачати відповідні рішення керівників підприємства як реакцію на раптові та реальні загрози майну, персоналу або ж як наслідок аналізу стану безпеки підприємства і визнання його неналежним. У кожному з цих випадків має значення взаємодія підприємства з різноманітними чинниками.

Ряд авторів вказують на те, що окремі чинники на конкретному відрізку часу можна вважати визначеними (наприклад, технічні характеристики основних фондів, чисельність працівників), а інші здатні значно змінюватися в межах короткого проміжку часу (наприклад, рівень попиту і пропозиції, коливання цін на продукцію, рівень інвестиційної активності тощо).

Зовнішні і внутрішні чинники можуть нанести шкоду економіці підприємства в чотирьох випадках:

1. Система економічної безпеки підприємства побудована таким чином, що не може передбачити загрозу до її виникнення.

2. Загроза виникла, але службові особи, відповідальні за економічну безпеку підприємства, неспроможні її побачити.

3. Загрозу виявлено, але менеджмент підприємства неспроможний попередити її негативні наслідки.

4. Керівництво підприємства намагається вирішити проблему, але його дії не призводять до позитивного результату [1].

Формування системи економічної безпеки неможливе без відповідного визначення об'єкту, суб'єкту системи та їх взаємозв'язку. Відповідно об'єктом системи можна вважати економічний розвиток і ефективне використання ресурсів підприємства у теперішній і майбутній перспективних періодах. Суб'єктом системи економічної безпеки підприємства визначається специфічними умовами зовнішнього середовища суб'єкта підприємницької діяльності та може бути представлений органами законодавчої, виконавчої і судової влади, які створюють нормативно-правову основу функціонування і захисту підприємницької діяльності, і контролюють її виконання, працівниками власної служби безпеки фірми (підприємства) та спеціалізованих фірм, що надають послуги захисту, іншими структурними підрозділами, які реалізують забезпечення економічної безпеки підприємства в межах своїх посадових інструкцій та положень про підрозділи, іноземні компанії, конкуренти, кримінальні структури та промислові шпигуни тощо.

Система економічної безпеки є індивідуальною та в якійсь мірі унікальною для кожного окремого підприємства, оскільки залежить від рівня ризикованості виробництва, стану навколишнього середовища, у тому числі конкурентного, від розвитку і структури виробничої діяльності підприємства, ефективності її використання, кваліфікації кадрів тощо.

#### **ЛІТЕРАТУРА:**

1. Логутова, Т.Г. ЕБП: сутність, завдання та методи забезпечення / Т.Г. Логутова, Д.І. Нагаєвський // Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності. – 2011. – Т.2 – С. 204-207.

2. Василенко, А.В. Менеджмент устойчивого развития предприятий: Монография / А.В. Василенко. – К. : Центр учебной литературы, 2005. – 648 с.

### **MODELING THE RELATION BETWEEN THE QUALITY AND THE EFFECTIVENESS OF ENVIRONMENTAL MANAGEMENT (ON THE EXAMPLE OF FOOD INDUSTRY ENTERPRISES IN VINNYTSIA REGION)**

**Natalia Lozovska**

*National University of Food Technologies*

At this stage of the development of food industry the implementation of environmental management system in production and popularization their own environmental protection becomes an important point. In Vinnitsa region there are

three food industry companies, which have certificated their activity according to ISO 14001 standards, in particular they are: Subsidiary production unit Ukrainian vodka company «Nemiroff», (this company changed its name to ltd «LVN LIMITED» in 2014); Tulchyn Branch of ltd «INTER FOOD» (ltd «INTER FOOD» has changed its name to TOB «TERRA FOOD» from February 11, 2014); ltd «ECO-SPHERE».

The research of condition of Environmental Management among a wide spectrum of food industry enterprises lets make assumptions about the relation between the quality and the effectiveness of this activity. So, there is a question about establish the type and form of such relation between individual companies. Resolving this issue can be carried out with using of the potential of correlation and regression analysis.

Complex analysis of the calculated parameters in the dynamic testifies about unevenness their changes over time and, at first sight, lack of certain regularities between them. For more information about the relationship between the efficiency of environmental management and it quality for set of the studied enterprises of food industry of Vinnitsa region, we can use the econometric modeling capabilities.

According to the sample statistics we can build linear, power-law, parabolic, hyperbolic, exponential, illustrative model and the 2nd degree polynomial relation between integral performance index of Environmental Management (Y) and the integrating efficiency indicator (x):

$$Y = a_0 + a_1x; Y = a_0 \cdot x^{a_1}; Y = a_0 + a_1x^2; Y = a_0 + a_1 \frac{1}{x}$$

$$Y = e^{a_0+a_1x}; Y = a_0 \cdot a_1^x, Y = a_0 + a_1x + a_2x^2;$$

where  $a_0$ ,  $a_1$  and  $a_2$  – these models,

$Y$  – a likely value of integral performance index ecological management,

$x$  – empirical value of integrated environmental management performance.

By carrying out the correlation and regression analysis of relation between quality of environmental management and its efficiency for subsidiary UVC «Nemiroff», it's should be noted, that the results of the study relation between quality of environmental management and its efficiency for subsidiary UVC «Nemiroff» indicate the direct and very significant relation between studied traits. The best model for predicting the integral indicator of quality is a linear depending. Moreover, it should be mentioned that the Student test for linear parabolic dependence and the 2nd degree polynomial indicates the materiality of connection between the studied traits at different quality of these dependencies evaluated by Fisher's variance. Simulations can serve as a confirmation of the need to manage factors of various levels of significance, on which the integral indicator of the effectiveness of environmental management at subsidiary UVC «Nemiroff» in dynamics for 2009-2013 years was calculated. In particular, at the subsidiary UVC «Nemiroff» it is necessary for improving of environmental management to develop environmental protection program for the Protection four wells of the company, continue practices reducing used water, electricity and steam.

All simulation's constructs used to study the relations between the integrated assessment of quality and integrated environmental management at ltd «ECO-SPHERE» specify on a significant connection between them. The most adequate and qualitative model of forecasting of relationship between the studied traits is also a linear relationship. So, considering very high values of indicators of relation for stable quality improvement of environmental management should ensure appropriate supported growth the most important characteristics of environmental management for this enterprise. To control the level of various factors of significance at the ltd «ECO-SPHERE» is necessary to introduce measures that will increase the effectiveness of environmental management and as a result the quality of environmental management.

The results of correlation and regression analysis of the relation between the quality of environmental management and its efficiency for Tulchin Branch ltd «INTER FOOD» shows that in difference from the ltd «Ecosphere» and subsidiary UVC «Nemiroff», the closest connection between the studied traits correspond not to linear model, the 2nd degree polynomial, although due to the increased of model parameters its quality has worsened substantially. So, for predictive values we should use the linear relation that has valid values relevant statistical criteria and indicators practically similar size of distress connections. In particular, to improve environmental management the branch Tulchynskiyi ltd «INTER FOOD» should form strategic environmental program, which would contain projects on technical re-equipment of technology to innovative saving resource and high performance; development of ecological culture and thinking company personnel; rational use of raw materials, prevent the pollution and other negative impacts on the environment.

In sum, the simulation of relation between efficiency and quality of environmental management performed by the aggregate of the food industry enterprises of Vinnitsa region, witnessed significant relations of varying degrees and forms between the studied traits.

## **ЗАГАЛЬНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ТАЛАНТАМИ**

**В.О. Москаленко**, канд. екон. наук

*Національний університет харчових технологій*

Сьогодні в умовах глобалізації економіки однією з основних можливостей для отримання конкурентної переваги стає персонал, його знання, рівень кваліфікації та ефективність. Зростання конкуренції на ринку праці суттєво ускладнює процеси залучення, мотивації й утримання співробітників, тому підприємства постійно вдосконалюють свої підходи. В рамках даного дослідження ми вибрали підхід в управлінні персоналом, спрямований на підвищення конкурентних переваг підприємства як роботодавця – управління талантами. Сучасний бізнес постійно «в пошуках» нових ресурсів для оптимізації та підвищення ефективності власних процесів. У цьому контексті особливе увага приділяється персоналу, а точніше можливостям його розвитку: питання управління та розвитку співробітників продовжують залишатися однією з ключових і нагальних завдань роботодавця.

Відомо, що талант – високий рівень обдарованості, природний хист людини до певного виду діяльності; видатні природні здібності людини до діяльності в певній галузі та уміння, які розвиваються з набуттям навичок і досвіду. Талант обумовлює високий рівень розвитку спеціальних здібностей, які дають людині змогу успішно, самостійно й оригінально виконати певну складну діяльність. Така сукупність здібностей дає змогу одержати продукт діяльності, який вирізняється новизною, високим рівнем досконалості і суспільною значимістю [1].

Офіційно термін «Управління талантами» з'явився в 90-ті роки двадцятого століття. Це діяльність в системі управління персоналом, спрямована на залучення співробітників в інноваційний процес, формування творчих стимулів та розвиток творчого потенціалу співробітників як майбутніх лідерів.

Управління талантами (talent management) – це система, націлена на підвищення рівня компетенцій в критичних, з точки зору бізнесу, видах діяльності шляхом впровадження і розвитку програм щодо залучення, розвитку, просування і утримання талантів [2]. Талант можна представити таким чином (рис. 1).

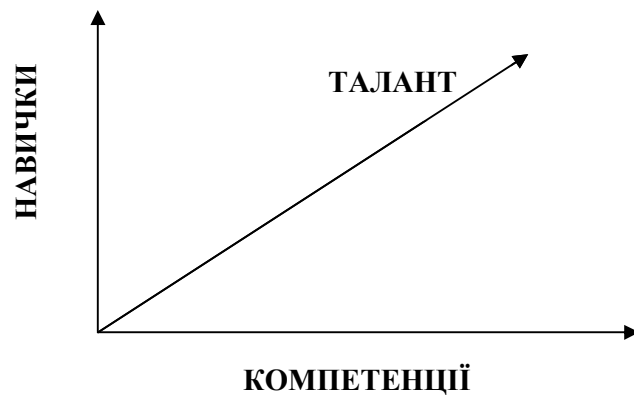


Рис. 1. Графічне уявлення таланту

В свою чергу, життєвий цикл таланту включає в себе наступні етапи: ідентифікація та залучення; наймання та адаптація; мотивація і розвиток; оцінка діяльності та утримання; побудова і підтримка відносин. Відсутність хоча б в одного з цих етапів веде до втрати таланту підприємством [2].

Потенційні можливості зазвичай характеризуються високою здатністю до пізнання і бажанням розвиватися. HiPo (high potential – високий потенціал) – це ті люди, у яких є не тільки драйв, але також завзятість, рішучість і емоційний інтелект. Незважаючи на те, що багато з цих якостей можуть відноситися до високої ефективності виконання співробітником своїх обов'язків, дуже важливо виділити саме ці особливості для визначення потенціалу, так як за даними експертів, більшість HiPo, як правило, є прекрасними виконавцями. Крім того, згідно з даних експертів, при оцінці кандидата на участь у програмі розвитку HiPo, керівники орієнтуються більшою мірою на такі показники як рейтинг менеджера (37%) і виконання службових обов'язків (35%), і меншою на оцінку 360 градусів (12%), психометричну оцінку (7%) або асесмент центр [3].



Доведено, що набагато вигідніше зробити ставку на власних співробітників, вирощуючи та виховуючи таланти у своєму середовищі. Досвід вітчизняних підприємств показує, що отримання віддачі від талановитих співробітників неможливо саме по собі, без певної корпоративної культури, без взаємозв'язку управління талантами і стратегії розвитку бізнесу.

#### **ЛІТЕРАТУРА:**

1. Талант [Електронний ресурс] // Вікіпедія. Вільна енциклопедія. – Режим доступу : <http://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A2%D0%B0%D0%BB%D0%B0%D0%BD%D1%82>.

2. Управление талантами. Западная блажь или будущее российского бизнеса [Электронный ресурс] // Психология и бизнес. – Режим доступа : <http://www.psychology.ru/library/2608>.

3. PwC Экспресс-исследование 2013: управление талантами и ценностным предложением для сотрудника [Электронный ресурс] // PwC. – Режим доступа : <http://www.pwc.ru/ru/hr-consulting/publications/express-survey-2013.jhtml>.

### **БІЗНЕС-КУЛЬТУРА ТА ЕТИКА У ПІДПРИЄМНИЦЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ**

**І.В. Новойтенко**, канд. екон. наук,

**В.В. Малиновський**

*Національний університет харчових технологій*

Згідно з численними публікаціями науковців культура – це сукупність матеріальних і духовних надбань, комплекс характерних інтелектуальних і емоційних рис суспільства, що включає в себе не лише різні мистецтва, але й спосіб життя, основні правила людського буття, системи цінностей, традицій і вірування [1].

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: поверхнева культура, еталонні та світосприйнятні цінності.

Поверхнева культура відображається в зовнішньому образі підприємства. Джерелом інформації є рекламна компанія, будівля та приміщення, товарний знак, манера поведінки керівників, звичаї та свята підприємства.

Еталонні цінності проявляються у формалізованих правилах поведінки в трудовому колективі, що спрямовані на підтримку традиційних цінностей (дисципліна, ієрархія, підпорядкованість, слухняність) та/або інноваційних цінностей (креативність, самостійність, ризикованість, відповідальність). Завдяки еталонним цінностям працівники обізнані щодо очікуваної від них трудової поведінки.

Світосприйнятні цінності підприємства формуються вищим керівництвом, адже саме їх схвальні або заперечні відгуки на відповідну поведінку та інформацію відображають уявлення щодо визначення добра, істини та розумних речей.

Бізнес-культура підприємства не є сталою, з часом традиційні цінності доповнюються і заміщуються новими. Якщо раніше пріоритетом провадження підприємницької діяльності вважали максимізацію прибутку, то в сучасних умовах це розглядається у взаємозв'язку з соціальними та екологічними аспектами.

Розвиненість культури підприємства визначається наявністю стратегічного управління з одного боку, а з іншого – тим, наскільки працівники підприємства поділяють місію, стратегію та цілі підприємства. Про високий рівень культури свідчить переважання застосування різноманітних соціально-психологічних методів управління над адміністративними та економічними, і навпаки застосування соціально-психологічних методів управління є наслідком підвищення рівня культури підприємства. Культура та етика співвідносяться між собою як стимулювання та мотивація. На відміну від культури, етика – це поведінка, що визначається духовними цінностями, світоглядом та рівнем саморозвитку працівника.

Підприємства, що зосереджують увагу на своїй репутації, приділяють увагу формуванню підприємницької етики, що направлена як на поведінку в середині трудового колективу, так і на поведінку підприємства з іншими суб'єктами господарювання. Серед складових корпоративної етики можуть бути: підтримання та заохочення висловлення різних точок зору на проблеми; чесність у міжособистісних стосунках та по відношенню до контрагентів; добросовісне виконання зобов'язань та обов'язків відповідно до нормативних документів та договірних відносин; повага та гуманність до старших, працівників нижчого професійного рівня тощо; неприпустимість хабарництва, шахрайства; неприпустимість зверхнього та грубого ставлення, а також розпалення конфліктів тощо.

Успішні підприємства розробляють зводи етичних норм поведінки та дають їм свою назву, наприклад: «Кодекс ділової етики» «Проктор енд Гембл» (Procter and Gambl), «Кодекс принципів ділової етики» «Юнілевер» (Unilever), «Зведення правил ділової етики» (Галф), «Зведення загальних ділових принципів компанії» «Ройял-датч-Шелл» (Royal Dutch Shell), «Кодекс ділової поведінки» «Кока-кола» (Coca Cola). За оцінкою журналу Fortune в 450 з 500 кращих американських компаній і майже 50% всіх інших мають етичні кодекси [2].

#### **ЛІТЕРАТУРА:**

1. Корінний, М.М. Короткий енциклопедичний словник з культури / М.М. Корінний, В.Ф. Шевченко. – К. : Видавництво «Україна», 2003. – 384 с.
2. Герчикова, И.Н. Деловая этика и регулирование международной коммерческой практики : учеб. пособие / И.Н. Герчикова. – М. : Консалтбанкир, 2002. – 574 с.

## ЗАСТОСУВАННЯ ЦИКЛУ Е. ДЕМІНГА (PDCA) ЩОДО ДОКУМЕНТУВАННЯ ПРОЦЕСІВ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ

О.П. Осадчук

*Національний університет харчових технологій*

Формування системи управління якістю у вигляді системи взаємопов'язаних процесів є обов'язковою вимогою, визначеною міжнародними стандартами ISO, що забезпечує «прозорість» створеної системи і одночасно є «об'єктивним доказом» забезпечення належного рівня якості продукції.

Реалізація процесів, охоплених системою управління якістю, ґрунтується на послідовному проходженні наступних етапів, які в економічних джерелах [1-4] відомі як цикл Е. Демінга (цикл PDCA «Plan (плануй) – Do (виконуй) – Check (контролюй) – Act (коригуй)»). Основоположною ідеєю циклу PDCA є виконання послідовних ітерацій між діями з планування і контролю при реалізації певного процесу чи діяльності з метою її дискретного удосконалення за тими напрямками, які встановлює організація. Отже, повторювання циклу PDCA може наблизити до досягнення встановлених цілей (або ж до одержання інформації з обґрунтуванням необхідності виправданої зміни цих цілей). Причому це відбуватиметься без реалізації додаткових, спеціально розроблених процесів, а виключно завдяки вбудованому механізму самовдосконалення, закладеному у документованих процедурах, що регламентують процес [5, с. 12].

Цикл Е. Демінга застосовується як окремо до кожного процесу, так і до системи всіх процесів управління якістю, що сприяє реалізації принципу безперервного вдосконалення впровадженої системи управління якістю (рис. 1). Використання циклу Демінга під час реалізації конкретного процесу, забезпечує його оптимізацію та одночасне вдосконалення.

Реалізація циклу Е. Демінга передбачає ідентифікацію визначених процесів та встановлення взаємозв'язків між ними. Даний вид робіт здійснюється для попередження дублювання, збігу та ідентичності процесів і їх компонентів. Ідентифікація процесів полягає у привласненні кожному із визначених процесів, так званого, ідентифікатора, який дозволяє відрізнити даний процес від інших процесів підприємства. Процедура ідентифікації може здійснюватися за допомогою присвоєння унікальної назви, маркування або ідентифікаційного номеру [1, с. 16].

Здійснюючи опис кожного процесу необхідно впевнитись в тому, що процеси відповідають вимогам стандарту, що вони не дублюються, вибрати оптимальний варіант проходження процесу та задокументувати його. Процедура документування процесів може відбуватися із застосуванням різних методичних підходів, серед яких можна виділити:

– представлення процесу у вигляді карти процесу та алгоритму процесу. Карта процесу створюється з урахуванням таких характеристик як: мета процесу, входи і виходи процесу, власник процесу і його керівник, вимоги до входів і виходів, основні ресурси, необхідні для реалізації процесу, критерії

результативності та ефективності виконання процесу. У свою чергу алгоритм процесу дозволяє безперервно простежувати перетворення входу процесу в кінцевий результат – у вихід процесу. Завдяки цьому при створенні таких схем виявляються різного роду прогалини, вузькі місця, критичні точки в описі здійснення процесу. Виявлені вузькі місця можуть стати точками необхідного контролю;

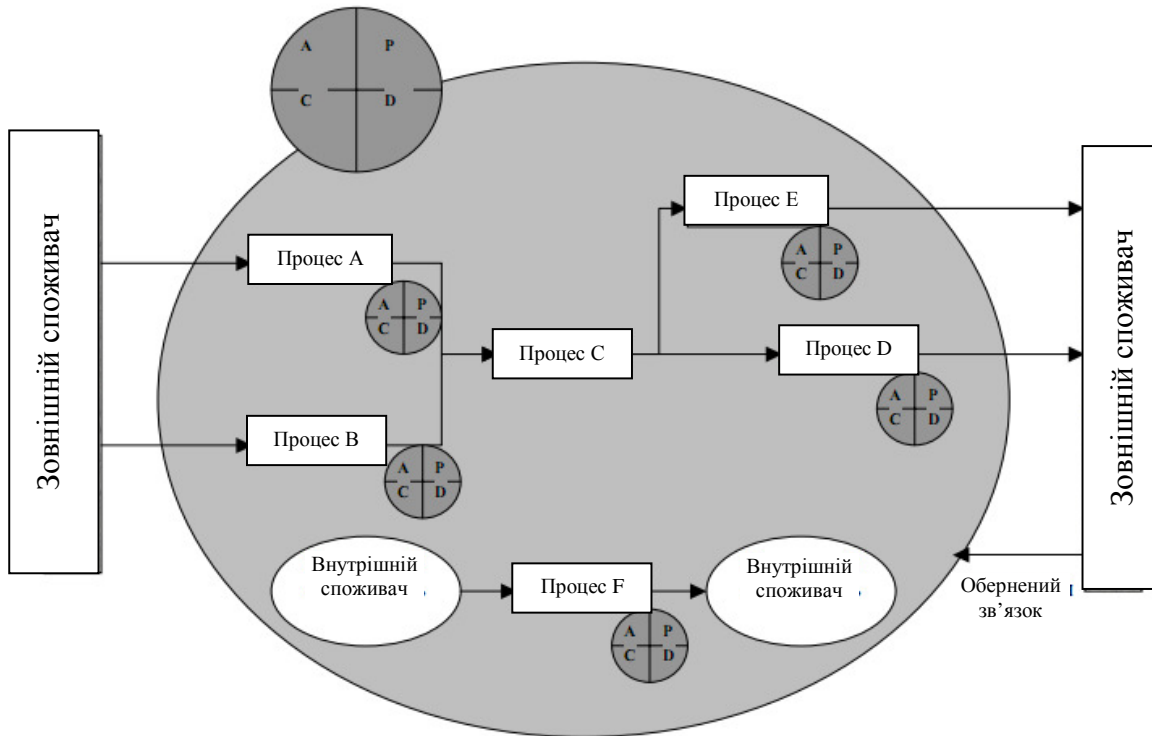


Рис. 1. Модель системи управління якістю, що включає застосування циклу Е. Демінга [1, с. 17]

– наочне зображення процесу, наприклад, у вигляді блок-схеми процесу, яка створює візуальне уявлення процесу, показує, як він відбувається і де найбільш слабкі ланки даного процесу;

– текстовий опис процесу. Реалізація будь-якого процесу полягає у проходженні певних робочих етапів, в рамках яких необхідно не тільки описати основні його результати, але і визначитися з методами їх виконання;

– побудова мережевого графіку, який відображає хід процесу і всі основні існуючі взаємозв'язки [2, с. 155].

Процедуру документування процесів краще здійснювати на основі поєднання вище зазначених методичних підходів, оскільки комплексне застосування декількох підходів допоможе чітко описати всю сукупність визначених процесів, узгодити взаємозв'язки між ними, і в кінцевому результаті, фактично побудувати систему процесів.

#### ЛІТЕРАТУРА:

1. Сорокин, А.Е. Внедрение системы менеджмента качества на малом предприятии в соответствии с требованиями международного стандарта ISO 9000 / А.Е. Сорокин. – Санкт-Петербург, 2004. – 38 с.

2. Баумгартен, Л.В. Управление качеством в туризме: учебник для студ. высш. учеб. заведений / Л.В. Баумгартен. – М. : Издательский центр «Академия», 2010. – 304 с.

3. Момот, О.І. Менеджмент якості та елементи системи якості: навч. посіб. / О.І. Момот. – К. : Центр учбової літератури, 2007. – 368 с.

4. Векслер, Е.М. Менеджмент якості : навч. посіб. / Е.М. Векслер, В.М. Рифа, Л.Ф. Василевич. – К.: «ВД «Професіонал», 2008. – 320 с.

5. Лебединець, В.О. Імплементация цикла Демінга-Шухарта (PDCA) при регламентації процесів системи управління якістю фармацевтичного підприємства / В.О. Лебединець, С.М. Коваленко, Н.О. Тахтаулова // Управління, економіка та забезпечення якості в фармації. – 2012. – № 1(21). – С. 11-16.

## **ПРИНЦИПИ УПРАВЛІННЯ ЕФЕКТИВНІСТЮ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ**

**Т.В. Рибачук-Ярова**, канд. екон. наук  
*Національний університет харчових технологій*

Реалізація стратегії розвитку підприємства передбачає здійснення не лише результативної, а й ефективної господарської діяльності. Для того щоб бути успішним впродовж тривалого часу, щоб вижити і досягти власних цілей, діяльність підприємства має бути як результативною, так і ефективною.

Передумовами виникнення потреби в ефективному, раціональному веденні господарської діяльності підприємства є проблема обмеженості ресурсів, з одного боку, і постійне прагнення до зростання результатів його діяльності, з іншого. Саме ефективне використання наявних ресурсів дає змогу задовольнити максимум потреб підприємства й отримати бажаний результат. Ефективність виробництва на всіх рівнях управління підприємством необхідно розглядати як економічну категорію сутність якої полягає в досягненні позитивного ефекту як в області економіки (збільшення результатів в порівнянні з витратами на його отримання), так і в області покращення соціальних факторів (умови праці, соціальні показники, охорона навколишнього середовища, тощо). У зв'язку з цим управління ефективністю потрібно розглядати з широкої та вузької точок зору. З широкої – коли використання планових (запропонованих) заходів приводить до значного покращення як економічних, так і соціальних показників або окремих його структур. У вузькому, коли ефективність має локальний вплив, або визначається з однієї сторони діяльності – економічної чи соціальної.

Управління ефективністю підприємства особливо актуальне сьогодні, коли вітчизняні підприємства опинилися перед багатьма викликами, спричиненими економічною кризою, що призвело до необхідності оволодіння новими, антикризовими підходами, методами, інструментами управління економічними процесами в діяльності підприємств. Принципи, методи та методологія управління ефективністю підприємства розглядалася багатьма авторами, зокрема, А. Шеремет, Р. Сайфулін, О. Ефімов, І. Герчиков, Б. Бінкін,

В. Черняк, С. Покропивний, А. Куценко та ін. Проведений аналіз з питань управління ефективністю підприємства свідчить, що на сьогодні ефективність виробництва являє собою результат взаємодії елементів виробничого процесу: робочої сили, предметів праці і засобів праці, системи показників ефективності використання праці, основних фондів, матеріальних ресурсів. В практичній діяльності аналіз ефективності використання ресурсів здійснюється на основі співвідношення різних показників ефекту та витрат [2, 3]. Для загальної оцінки ефективності діяльності використовують різні методи: метод сум (наприклад суми приростів індексів, які характеризують зміни продуктивності праці, фондівіддачі й матеріаловіддачі); метод суми місць, яких дістали підприємства за різними відібраними показниками; метод бальної оцінки, коли кожний показник має свій вагомий бал і в балах же оцінюється приріст показників по певній шкалі (в теорії управління для цієї мети були розроблені способи об'єднання різних показників, не пов'язані з їх підсумовуванням і розподілом (векторна оптимізація, діаграма Парето та ін.); «метод відстаней» для рейтингової оцінки об'єктів аналізу; метод розрахунку середньгеометричної (середньоарифметичної) величини із показників, виражених у відносній формі [1]. До найбільш значущих принципів на яких базується управління ефективністю діяльності підприємства, на наш погляд, належать:

- принцип цілеспрямованості ( сутність управління полягає у необхідності досягнення цілей підприємства);
- послідовності (ранжування завдань і проблем за ступенем їх важливості для досягнення кінцевої мети);
- відповідності (вивчення та виявлення умов і тенденцій розвитку підприємства, врахування стадії життєвого циклу і наявних конкурентних переваг);
- своєчасності прийняття управлінських рішень (моніторинг стану господарської діяльності підприємства, раннього виявлення ознак неефективної діяльності, швидке реагування на них відповідними заходами);
- об'єктивності (орієнтація управління не тільки на зовнішні прояви неефективного функціонування підприємства, але й на з'ясування причин з метою усунення);
- комплексності (розробка управлінських рішень із усіх напрямів діяльності підприємства);
- багатоваріантності (розроблення та впровадження альтернативних шляхів діяльності з урахуванням всіх чинників ризику реалізації запланованих заходів);
- мотивації використання сучасних мотиваційних систем, спрямованих на підвищення ефективності діяльності);
- контролю (постійний контроль за реалізацією управлінських заходів із метою їх постійної адаптації до умов внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства, що змінюються у часі).

#### ЛІТЕРАТУРА:

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. Сабадирьова, А.Л. Теоретичні та організаційні аспекти оцінки потенціалу підприємства / А.Л. Сабадирьова // Збірник наукових праць Донецького державного університету. Серія : Економіка. – Т. IX, вип. 110: Оцінка ефективності використання ресурсів підприємствами Донецького регіону. – Донецьк : ДонДУУ, 2008. – С. 186-194.

3. Шевчук, Н.В. Ефективність ресурсного забезпечення діяльності підприємств : проблеми оцінювання [Електронний ресурс] / Н.В. Шевчук // Ефективна економіка. – 2010. – №8. – Режим доступу до журн.: <http://www.economy.nayka.com.ua>

## **СУТНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ОБ'ЄКТА ОЦІНКИ**

**В.В. Сольська**

*Житомирський державний технологічний університет*

В умовах становлення ринково-орієнтованої економіки в Україні, головне місце посідає підприємство як суб'єкт господарювання, що виробляє продукцію, надає різноманітні послуги як з метою задоволення потреб населення, так і для отримання стабільного прибутку. Успішна діяльність сучасного підприємства залежить від ефективного використання та поєднання різноманітних ресурсів: людських, матеріальних, фінансових та інформаційних.

Побудова теоретичного апарату оцінки діяльності підприємства неможливе без вивчення сутності поняття «підприємство». Так існують різноманітні підходи щодо його обґрунтування.

Відображення сутності даної дефініції знайшло обґрунтування у працях В.І. Гринчуцького, С.О. Іванілова, І.В. Сергєєва, В.А. Сідун, В.В. Величка, Й.М. Петровича, Е.Т. Карапетяна, С.Ф. Покропивного, Б.В. Погріщука, Л.І. Шваба та інших вчених.

Так, професор В.І. Гринчуцький визначає підприємство як суб'єкт виробничо-господарської діяльності, який на свій ризик здійснює самостійну діяльність, спрямовану на систематичне отримання прибутку від користування майном, продажу товару, виконання робіт або надання послуг, і який зареєстрований у цій якості у встановленому законом порядку [3].

В.А. Сідун вважає, що підприємство – це по-перше, самостійна основна ланка народного господарства; по-друге, відокремлена спеціалізована одиниця, основою якої є професійно організований трудовий колектив, здатний за допомогою засобів виробництва, що є в його розпорядженні, виготовити потрібну споживачам продукцію (виконувати роботи, надавати послуги) відповідного призначення та асортименту; по-третє, самостійний суб'єкт, створений відповідно до діючого законодавства, для виробництва продукції та надання послуг з метою задоволення суспільних потреб та отримання прибутку [2].

Водночас, згідно Господарського кодексу України (ГКУ), підприємство – це самостійний суб'єкт господарювання, створений компетентним органом державної влади або органом місцевого самоврядування, або іншими

суб'єктами для задоволення суспільних та особистих потреб шляхом систематичного здійснення виробничої, науково-дослідної, торговельної, іншої господарської діяльності в порядку, передбаченому ГКУ та іншими законами. При цьому, підприємствами визнаються суб'єкти господарювання, які здійснюють як підприємницьку, так і некомерційну господарську діяльність [1].

В економічній літературі є декілька основних концепцій підприємства, в яких розкриваються питання їх виникнення, діяльності та ліквідації (табл. 1).

Отже, на нашу думку, підприємство – це самостійний відокремлений господарюючий суб'єкт, який є юридичною особою, створений і зареєстрований у встановленому законом порядку, діє на підставі статуту, має самостійний баланс, поточний та інші рахунки в банках і здійснює виробничу, науково-дослідницьку та комерційну діяльність спрямовану на задоволення суспільних потреб та одержання прибутку шляхом виготовлення продукції, виконання робіт та надання послуг.

*Таблиця 1*

### **Обґрунтування концепцій підприємства в економічній літературі**

Назва	Сутність
Неокласична	Підприємство як неподільний об'єкт, що перетворює вихідні ресурси в продукцію та залучає ці ресурси у виробництво.
Еволюційна	Підприємство розглядається з двох ракурсів: 1) є членом ділової спільноти й повною мірою відчуває на собі усі наслідки її еволюції; 2) керується власними традиціями у визначенні напрямів діяльності, обсягів і пропорцій факторів, які залучаються.
Інституціональна	Підприємство – це організація між людьми для більш ефективного використання їх можливостей.
Підприємницька	Ґрунтується на уявленні про підприємство як сферу прикладення господарської ініціативи та власних або доступних до залучення зовнішніх ресурсів.
Агентська	Відображає взаємовідносини між власниками та менеджерами підприємства.
Інтеграційна	Підприємство – це відносно стійка, цілісна систему, яка об'єднує в часі та просторі процеси виробництва, реалізації продукції і відтворення ресурсів.

### **ЛІТЕРАТУРА:**

1. Господарський кодекс України : Відомості Верховної Ради України від 16 січня 2003 р. №436-IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/436-15>.

2. Сідун, В.А. Економіка підприємства. Навчальний посібник / В.А. Сідун, Ю.В. Пономарьова. – [Вид. 2-ге, перероб. та доп.]. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 356 с.

3. Гринчуцький, В.І. Економіка підприємства. Навч. посіб. / В.І. Гринчуцький, Е.Т. Карапетян, Б.В. Погріщук. – [2-ге вид. перероб. та доп.]. – К. : Центр учбової літератури, 2012. – 304 с.



## ОРГАНІЗАЦІЙНІ ОСНОВИ ПЛАНУВАННЯ ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Ю.Л. Труш, канд. екон. наук

*Національний університет харчових технологій*

Будь-який процес управління, в тому числі процес управління якістю продукції, базується на виконанні певних функцій. Першою за важливістю функцією в системі управління якістю продукції є планування на якій формуються основи забезпечення якості готової продукції.

Удосконалення системи управління якістю продукції полягає в удосконаленні першочергової функції – планування, що недостатньо досліджено вітчизняними та зарубіжними авторами в наукових джерелах, а саме питання присвячені підвищенню рівня планово – матеріального, технічного, організаційно – управлінського забезпечення, оцінки ефективності процесу управління якістю продукції та конкретизація економічних й соціальних задач керівників підрозділів роботи по якості [1].

Аналіз літературних джерел показав, що на виготовлення якісної продукції впливає розробка перспективних і поточних планів, застосування ефективних заходів для підвищення якості продукції, планування підвищення рівня підготовки організаторів роботи по управлінню якістю продукції. Серед вітчизняних вчених вагомих внесок у розвиток теорії і практики управління якістю внесли Ж.К. Сіднева, А.О. Заїнчковський, С.О. Юшин та ін.

Обґрунтування основних заходів планування для управління якістю продукції на підприємстві, що полягають в удосконаленні організаційних основ, та на відміну від існуючих, містять план з якості, який включає два розділи та складається з показників, а також схему організаційно-економічних заходів для планування якості продукції на підприємстві, відіграють ключову роль у підвищенні ефективності процесу управління якістю продукції.

Функція планування має особливе значення для продукції особистого споживання, адже це пов'язано з попитом, споживанням і ціною, що в ринкових умовах господарювання є визначальним фактором ефективної діяльності підприємства. При плануванні якості продукції необхідно розробляти заходи для усунення впливу негативних чинників на неї. Це – планування організаційно-технічних дій упровадження нових технологій та досягнень науково-технічного прогресу, своєчасне відновлення матеріально-технічної бази, прийняття попереджуючих заходів для усунення появи несправностей в обладнанні і забезпечення безперебійності його роботи [2,3].

В сукупності вищезазначені напрямки зумовлюють високий технічний, ергономічний, естетичний рівень продукції, організації виробництва й контролю якості, зменшують рівень дефектності та витрати виробництва, оскільки від цього залежить підвищення цінової конкурентоспроможності продукції й резерви зменшення цін.

Серед предметів планування виділяють різні показники, що відображають як окремі властивості продукції, так і різносторонні характеристики системи і

процеси управління якістю. Виділяють різні методи планування: розрахунково-аналітичний, експериментальний, звітно-статистичний [4].

На наш погляд, в основу розробки плану з якості для підприємств необхідно покласти розрахунково-аналітичний метод, який дозволяє розробляти вказаний документ за допомогою аналізу факторів, що впливають на якість продукції. Це забезпечить зменшення витрат планування у поєднанні з використанням таких видів робіт, як аналіз вимог споживачів, вивчення попиту, аналіз рекламаций, облік вимог перспективних стандартів і результатів науково-дослідних робіт, зв'язок планових показників із загальною стратегією організації.

Виходячи із цих напрямків план з якості повинен включати два розділи:

1) показники для оцінки впровадження у виробництво нового обладнання, прогресивних технологій, методів контролю якості, способів управління, тобто план організаційно-технічних і економічних заходів, що зменшать витрати й додаткові витрати на брак та збільшать ефективність цих заходів;

2) показники для підтвердження достовірності зміни рівня якості продукції внаслідок запланованих заходів.

За допомогою побудови схеми організаційно-економічних заходів щодо планування якості продукції на підприємстві, можна тісно пов'язати функцію планування з оцінкою рівня якості продукції в єдиний план. Цей документ дасть можливість комплексно впливати на процес управління якістю підприємства, що спрямовано на ліквідацію браку і появу його у майбутньому.

#### **ЛІТЕРАТУРА:**

1. Гличев, А.В. Основы управления качеством продукции / А.В. Гличев. – [2-е изд., перераб. и доп.]. – М. : Стандарты и качество, 2001. – 424 с.

2. Гнатенко, П.А. Практичні аспекти планування якості / Гнатенко П.А., Копнов В.А., Зотов Ф.П.// Методи менеджменту якості. – 2008. – №6. – С. 22-27.

3. Горбашко, Е.А. Менеджмент качества и конкурентоспособности: учебное пособие / Е.А. Горбашко. – СПб. : Изд-во СПбГУЭФ, 1998. – 207 с.

4. Мельник, Ю.Ф. Основы управления безопасностью харчових продуктів : навч. посіб. / Мельник Ю.Ф., Новиков В.М., Школьник Л.С. – К. : Вид-во Союзу споживачів України, 2007. – 297 с.

### **ПРІОРИТЕТНІ НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИРОБНИЧО-ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ З ВИРОБНИЦТВА МІНЕРАЛЬНИХ ВОД**

**О.В. Тур**, канд. екон. наук

*Національний університет харчових технологій*

Ринок мінеральних вод є інвестиційно привабливим сегментом національного господарства у зв'язку з незадовільним рівнем якості питного водопостачання та значними запасами вітчизняної сировини для виробництва конкурентоспроможної продукції. За останні роки спостерігаються значні

коливання в динаміці виробництва мінеральних вод на більшості підприємств, що зумовлено залежністю цих виробників від кон'юнктурних циклів та постачальників сировинних ресурсів; має місце значний варіаційний розмах в рівнях рентабельності виробництва мінеральних вод серед основних виробників, що зумовлено неоднорідністю споживчого сегменту в територіальному охопті цільового ринку, а також різним рівнем результативності діяльності менеджменту окремих підприємств; низький рівень фондівіддачі на більшості підприємств свідчить про високий рівень фізичного спрацювання виробничого устаткування та повільне впровадження сучасних технологій; незважаючи на простоту технологічного процесу водопідготовки та розливу мінеральних вод, виробництво даної продукції залишається матеріаломістким у зв'язку із затратами допоміжних матеріалів внаслідок необхідності проведення капітального ремонту основних засобів та необґрунтованістю страхових та поточних виробничих запасів.

З огляду на сказане вище перспективи підвищення ефективності виробничо-господарської діяльності підприємств по виробництву мінеральної води пов'язуються з використанням наявних резервів результативнішого використання основних факторів виробництва.

Для підвищення ефективності використання фінансових ресурсів необхідно забезпечити мобілізацію внутрішніх резервів фінансової стабілізації шляхом реструктуризації активів, зменшення витрат, збільшення виручки від реалізації. Заходи щодо покращення використання оборотних засобів пов'язані зі зміною структури та складу активної частини балансу. У рамках реструктуризації активів виділяють такі види заходів: мобілізація прихованих резервів; використання зворотного лізингу; лізинг основних фондів; здача в оренду основних фондів, які не повною мірою використовуються у виробничому процесі; оптимізація структури розміщення оборотного капіталу; продаж або реорганізація окремих, низькорентабельних структурних підрозділів; рефінансування дебіторської заборгованості.

До основних форм рефінансування дебіторської заборгованості належать: факторинг; облік або дисконт векселів; форфейтинг. Крім того, у межах даних заходів проводяться процедури з примусового стягнення заборгованості, у тому числі зверненням із позовом в арбітражний суд. Усі охарактеризовані вище заходи покращення використання фінансових ресурсів зумовлюють зміни в окремих статтях активу балансу. Наступні дві групи заходів пов'язані в основному зі змінами у звіті про фінансові результати та їх використання.

Зменшення (заморожування) витрат. Даний блок заходів покращення використання оборотних засобів має здійснюватися в двох напрямках: заморожування інвестиційних вкладень; зниження валових витрат. Перераховані вище напрями покращення використання оборотних засобів тісно пов'язані між собою і створюють реальну виробничо-ресурсну базу не лише для зниження оборотності дебіторської заборгованості, але й для більш ефективного функціонування підприємства загалом.

З метою забезпечення фінансової стійкості підприємств по виробництву мінеральних вод необхідно забезпечити: вибір пріоритетних фінансових ринків

та цільових ринкових сегментів для роботи на перспективу; аналіз та обґрунтування стабільних джерел фінансування; вибір фінансових інститутів як партнерів так і посередників, які б ефективно співпрацювали з підприємством у довгостроковій перспективі; розробка довгострокової інвестиційної стратегії, яка узгоджується з пріоритетними напрямками розвитку видів бізнесу, які обумовлені загальною стратегією; визначення фінансових механізмів майбутніх угод з контрагентами, а також інших заходів забезпечення фінансової незалежності та платоспроможності; створення умов до поступового зростання ринкової вартості підприємств; формування та удосконалення ефективних внутрішніх фінансових потоків, механізмів трансфертного ціноутворення; з позиції стратегії побудова ефективної системи централізованого управління фінансовими ресурсами; прогностичні розрахунки фінансових показників при стратегічному плануванні фінансової діяльності; випуск облігацій з метою диверсифікації джерел інвестиційного забезпечення.

Підвищення ефективності використання матеріальних ресурсів на підприємствах з виробництва мінеральних вод залежить від таких заходів: застосування ресурсозберігаючої техніки; удосконалення матеріальних нормативів; поліпшення організації матеріального забезпечення виробництва; упорядкування системи ціноутворення; застосування дієвої системи економічного стимулювання.

З метою ефективнішого використання трудових ресурсів підприємств з виробництва мінеральних вод необхідно впроваджувати програми підвищення продуктивності праці (ППП). Найбільш загальною метою PPP є забезпечення зв'язку між формуванням ефективної системи вимірювання продуктивності і завданням працівника щодо підвищення результатів діяльності організації шляхом внесення змін у всі чи деякі елементи організації.

#### **ЛІТЕРАТУРА:**

1. Беляев, А.А. Антикризисное управление [Текст] : учебник / А.А. Беляев, Э. М. Коротков. – М. : ЮНИТИ, 2011. – 311 с.
2. Ефективність стратегічного управління підприємствами: сучасні проблеми та перспективи їх вирішення : [монографія] / Мікловда В.П., Бритченко І.Г., Кубіній Н.Ю., Дідович Ю.О. – Полтава : ПУЕТ, 2013. – 218 с.

## **ОСОБЛИВОСТІ ЕКСПОРТУ ПРОДУКЦІЇ ОЛІЙНО-ЖИРОВОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ**

**Т.В. Швед**

*Національний університет харчових технологій*

За головними статтями експорту продукції олійно-жирової галузі у 2013 році перше місце належить експорту олії соняшникової – 3,281 млн. дол. США, що становить 76,4% від загальної вартості олійно-жирової продукції, що експортується. За обсягами експорту соняшникової олії галузь вийшла на перше місце в світі і поставляє її до 90 країн. У 2013-2014 МР Україна стала головним експортером соняшникової олії в світі, її частка у світовому експорті соняшникової олії склала 57,7%. Обсяги експорту олії соняшникової

рафінованої щорічно знаходяться у межах 200 тис. тонн, що складає 30% від обсягів її виробництва. Олія соняшникова рафінована поставляється на експорт, виходячи із зовнішньоекономічних контрактів, які відображають потреби імпортерів. На світовому ринку найбільшим попитом користується олія соняшникова нерафінована, що обмежує можливість значного зростання виробництва олії соняшкової рафінованої в Україні. Інша олійно-жирова продукція, що експортується складає незначну частку вартості експорту: шрот/макуха – 18,1%, олія соєва – 1,73% та маргаринова продукція – 1,7% та інше [1].

Не дивлячись на те, що головною статтею експорту олійно-жирової галузі є соняшникова олія, значна частина експорту складає олійна сировина. У загальній вартості експорту олійної сировини у 2013 році вартість експорту насіння соняшнику складає 2,5%, насіння сої – 37,3%, насіння ріпаку – 60,2 % (табл. 1).

Таблиця 1

**Виробництво та експорт олійних культур в Україні за 2008-2013 рр.**

Олійна культура	Показник	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Соняшник	Валовий збір, тис. тонн	6526,2	6360,6	6769,4	8800,0	8387,1	10600
	Експорт, тис. тонн	767	728,1	444	282	127	150
	Частка експорту у валовому зборі, %	11,8	11,5	6,6	3,2	1,5	1,4
Соєа	Валовий збір, тис. тонн	812,8	1042,5	1680,2	2264,4	2410,2	2762,5
	Експорт, тис. тонн	277	263,5	989,5	1337,7	1480,9	1492,5
	Частка експорту у валовому зборі, %	34,1	25,3	58,9	59,1	61,5	54,0
Ріпак	Валовий збір, тис. тонн	2872,8	1873,3	1469,7	1437,5	1304,4	2353,0
	Експорт, тис. тонн	2645,0	1854,6	1420,0	1208,0	1297,6	2346,7
	Частка експорту у валовому зборі, %	92,1	99,0	96,6	84,0	99,5	99,7

Джерело : узагальнено автором на основі [2]

Як бачимо з табл. 1, протягом 2008-2013 років експорт насіння соняшнику зменшився на 80,5%, насіння ріпаку – на 11%, однак експорт насіння сої збільшився майже у 5,4 рази. Серед причин таких змін можна назвати наявність експортного мита на насіння соняшнику, що стримує обсяги його експорту; відсутність експортних мит на насіння сої та ріпаку, зростаючий попит на насіння сої на світовому ринку, зниження цін на ріпак на

європейському ринку через скорочення його використання в якості біопалива та низький внутрішній попит на насіння ріпаку. Означені процеси супроводжувались зменшенням частки експорту насіння соняшнику у валовому зборі, яка становила у 2013 році 1,4 % (у 2008 році – 11,8%) при суттєвому зростанні частки експорту у валовому зборі інших олійних культур, зокрема: частка експорту у валовому зборі насіння сої становила 54% (у 2008 році – 34,1%), частка експорту у валовому зборі насіння ріпаку – 99,7% (у 2008 році – 92,1%).

Якщо розглянути вартість експорту олійних культур та продукції олійно-жирової галузі, можна зазначити про значну і зростаючу частку експорту олійної сировини порівняно з часткою експорту олійно-жирової продукції. Так, у 2013 році експорт насіння олійних збільшився майже на 17% порівняно з 2012 роком і склав 1,998 млн. дол. США при зменшенні експорту олійно-жирової продукції на 15,6%, що становило 4,293 млн. дол. США проти 4,970 млн. дол. США у 2012 році, що пояснюється, головним чином, скороченням експорту олії соняшnikової та зниженням цін на неї на світовому ринку.

Як відомо, сировина є продукцією з низькою доданою вартістю. В умовах, коли всі країни світу прагнуть збільшити додану вартість продукції, що йде на експорт, така велика частка експорту олійної сировини є значною проблемою економічної дійсності. Експорт олійної сировини призводить до створення робочих місць в країнах-імпортерах, зменшення частини доданої вартості у сільському господарстві та переробній промисловості як важливих галузей економіки України. Крім того, переробка олійної сировини за кордоном дозволяє цим країнам використовувати продукти побічного виробництва – шрот, макуху в інших галузях та сферах виробництва, наприклад, м'ясо-молочній, продукція якої потім реалізується на вітчизняному ринку. Така ситуація не дозволяє вітчизняним підприємствам олійно-жирової галузі використати означені переваги і посісти належне місце експортерів в світовому господарстві і значно підвищує статус України як сировинного придатку розвинених країн.

#### **ЛІТЕРАТУРА:**

1. Державна служба статистики України [Електронний ресурс] / Офіційний сайт. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
2. Інформація для агробізнесу «Proagro» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.proagro.com.ua/news/?t=1>.

### **НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ СПИРТОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ В ЄВРОПЕЙСЬКОМУ СПІВТОВАРИСТВІ**

**Л.О. Шевченко,**

**О.М. Петухова,** д-р екон. наук

*Національний університет харчових технологій*

В умовах проєвропейських змін, що відбуваються в Україні, актуальним питанням є пошук моделей ефективного функціонування соціально-економічної системи як на регіональному рівні, так і на рівні підприємства,

принципів і методів управління нею, впровадження надбань світового досвіду, забезпечення європейських стандартів якісного управління.

При дослідженні теоретичних засад проєвропейського розвитку, конкурентоспроможності економіки, підвищення ефективності діяльності підприємств спиртової промисловості використано метод теоретичного узагальнення. Матеріалами дослідження виступали: широка інформативна база, інформаційно-аналітичні огляди, дані бухгалтерської (фінансової) та статистичної звітності вітчизняних спиртових підприємств, наукові праці вітчизняних та зарубіжних економістів.

Важливою формою забезпечення ефективного економічного розвитку є стратегічне планування та стратегічне управління, яке дає можливість впровадити ефективне управління галуззю як єдиним організмом. Нові проєвропейські умови діяльності в Україні вимагають переглянути традиційні погляди на управління та планування як на державному рівні, так і на рівні галузей та підприємств.

Створення зони вільної торгівлі України з ЄС дасть могутній поштовх для зрушень у вітчизняній економіці. Європейський Союз скасовує мита на імпорт для українських товарів та вимагає від українських спиртових підприємств запровадити високі стандарти якості виробництва продукції. Перехід на європейські стандарти – це дуже тривалий процес, який вимагає постійного інвестування, і нажаль приведе до неминучого зростання цін на багато груп товарів. Для підприємств спиртової промисловості запровадження європейської стандартизації означатиме вирішення низки важливих проблем, а саме диверсифікацію виробництва, підвищення якості продукції та відповідність виробництв нормам Європейського Союзу та справді можуть відкрити перед вітчизняними виробниками спирту нові ринки збуту [1].

Для переходу спиртових заводів на європейські стандарти вже зараз необхідно визначити основні напрямки стратегічного управління. Стратегічне управління здійснюється в контексті забезпечення місії підприємства спиртової промисловості, і його фундаментальна задача полягає в тому, щоб забезпечити взаємозв'язок місії з основними цілями організації в умовах постійних змін економічного середовища. Стратегічне управління стосується і цілей, і засобів. В площині цілей воно вимальовує загальні контури майбутнього підприємства спиртової промисловості; в якості засобів – показує, як ця ціль повинна досягатися. Отже, стратегічне управління – це прогнозне управління, пов'язане з розробкою і концептуалізацією уявлень про те, куди прямує підприємство спиртової промисловості. Стратегічне управління повинне суміщатися з практикою поточного управління. При цьому завжди необхідно пам'ятати, що стратегія – це засіб для створення додаткової вартості.

На практиці стратегічне управління перетворюється у реалізацію концепції, в якій поєднуються цільовий та інтегральний підходи до діяльності підприємства спиртової промисловості, що дає змогу встановлювати цілі розвитку, порівнювати їх з наявними можливостями (потенціалом) підприємства та приводити їх у відповідність за рахунок розробки та реалізації системи стратегій.

Підприємство спиртової промисловості в умовах запровадження європейської стандартизації постає перед розв'язанням таких завдань:

- дослідження європейського ринку та виявлення потреб споживачів для забезпечення існування та роботи підприємства в довгостроковій перспективі;

- самостійне визначення цілей розвитку та підтримки власної життєздатності;

- визначення необхідних обсягів виробництва, структури постачання та постачальників;

- налагодження ефективних зв'язків із партнерами та організаціями-регуляторами, громадськістю для формування позитивного іміджу – головного «капіталу» підприємства;

- створення та постійне поповнення власних банків даних і знань, які б забезпечували обґрунтування рішень, що приймаються, та захист інформації (комерційної таємниці) від конкурентів;

- забезпечення конкурентоспроможності підприємства завдяки вибору адекватних стратегій та нагромадження (підтримки) конкурентних переваг;

- залучення інвестицій та удосконалення управління фінансами підприємства спиртової промисловості з метою отримання високих економічних результатів діяльності (прибутковість);

- визначення необхідного для існування та розвитку підприємства кадрового складу з конкретними кількісними (чисельність) та якісними (кваліфікація) показниками.

Найважливішим кроком для досягнення мети освоєння європейських ринків є інноваційне технологічне переоснащення спиртових заводів. Для цього необхідне залучення інвестицій в спиртове виробництво. Почати необхідно зі зменшення собівартості виробництва спирту, зокрема через впровадження зміни систем опалення, встановлення енергозберігаючих систем, забезпечення безвідходного виробництва.

Перехід на європейські стандарти та входження в зону вільної торгівлі з ЄС – це не лише інструмент збільшення експорту, це ще й інструмент залучення технологій в економіку, що зробить продукцію спиртових підприємств конкурентоспроможною та рентабельною.

#### **ЛІТЕРАТУРА:**

1. Безус, Р.М. Механізм стійкості аграрного сектора економіки України до глобальних викликів (The mechanism of resilient Ukrainian agriculture sector to global challenges) / Безус Р.М., Бойко А.В. // Європейський вектор економічного розвитку. – 2014. – №2 (17). – С. 22-29.

### **МИТНА ЛОГІСТИКА, ЯК ЕЛЕМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ**

**О.В. Шереметинська**, канд. екон. наук  
*Національний університет харчових технологій*

Митна логістика допомагає вирішувати складні завдання, з її допомогою можна оптимізувати процеси експорту та імпорту товарів, зробити їх менш



витратними і швидкими.

Сучасний ринок митних послуг в Україні характеризується зростанням конкуренції, яка стає все напруженішою, оскільки кінцевим замовникам послуг доводиться знижувати ціну митних вантажів. Покупців, дилерів та виробників в Україні цікавить тільки митне оформлення з підтвердженням митної вартості за ціною угоди і разом з цим сучасна економіка вимагає легальних способів оптимізації доставки митних вантажів.

Світовою практикою вже давно доведено, що якщо при виробництві та продажі знизити витрати неможливо, то потрібно звернути увагу на шлях проходження матеріального потоку у вигляді сировини, напівфабрикатів, матеріально-технічних цінностей та інше, а також на рух товарів між виробником, продавцем і, якщо треба, то і кінцевим споживачем. Одним з найбільш радикальних і дієвих інструментів скорочення витрат по всій довжині ланцюжка руху матеріального потоку є логістика.

Сучасної митної логістики доводиться бути саме таким інструментом послуг. Варто вирішити ряд простих питань: як зберегти грошові кошти на транспортному коридорі, як дешевше декларувати товар на митниці і не потрапити на його перевантаження або простій в митній зоні – максимально швидко доставити його кінцевому замовнику.

Класичне визначення логістики, є у А.Н. Роднікова [1]: «логістика – це наука про планування, контроль і управління транспортуванням, складуванням та іншими матеріальними і нематеріальними операціями, що здійснюються в процесі доведення сировини і матеріалів до виробничого підприємства, внутрішньозаводської переробки сировини, матеріалів і напівфабрикатів, доведення готової продукції до споживача відповідно до інтересів і вимог останнього, а також передачі, зберігання та обробки відповідної інформації».

Всі ці процеси аналогічні будь-яким видам логістичних послуг і всі вони пов'язані тільки з одним – з інформацією. Де знайти правильний і законний шлях вирішення і у кого є можливість зробити обрані митні послуги з економією.

Послуги міжнародного перевізника пов'язані з виробництвом повного комплексу сервісних та інформаційно-довідкових послуг: юридичною підтримкою, попередніми рішеннями з ідентифікації вантажу для митних цілей, організацією транспортно-експедиторських послуг, управлінням митних формальностей, організацією та управлінням термінальної обробки вантажів, необхідної координацією різних структурних логістичних посередників, ув'язкою кінцевої вартості товару після митного оформлення з корпоративною стратегією замовника. Основне завдання міжнародних перевізників і митних брокерів – це своєчасний і точний прорахунок і економічне обґрунтування доцільності та ефективності прийнятих логістичних рішень, а так само розуміння взаємодії всіх елементів від виробника до кінцевого замовника.

Для виконання основного завдання потрібна не тільки матеріально-технічна база, ще досвід і інтелектуальні здібності виконавців митних послуг, такі як: якості системного аналітика розуміючого всі функції митної логістики, якості управлінця здатного передбачити всі потреби і статті витрат, якості

логічних рішень щодо зниження собівартості витрат. Основою логістичної функції митної діяльності є логістична організація процесу митної переробки вантажів, яка об'єднує процеси реалізації митних режимів, пов'язаних з фізичним переміщенням зовнішньоторговельних вантажів через митний кордон. Логістика повинна забезпечити узгодженість матеріальних (товарних), інформаційних і фінансових потоків у митній діяльності, оптимальну технологію переміщення товарів через митний кордон з метою прискорення цього процесу, а також відпрацювання стандартних логістичних вимог як по відношенню до митних режимів (тобто щодо митниць), так і до учасників ЗЕД.

Отже, логістична функція митної справи охоплює дві складових: 1) логістизації процесу митної переробки вантажів; 2) митній діяльності транспортно-логістичних компаній – як іноземних, що діють в Україні, так і українських. Перший напрямок бере за основу аналіз митно-логістичних потоків, тобто інтегрованих логістичних (товарно-інформаційно-фінансових) потоків, пов'язаних з перетином митного кордону України зовнішньоторговельними потоками і стягненням відповідних митних зборів і платежів. Основою митно-логістичних потоків є зовнішньоторговельні потоки, які мають транскордонний характер. Вони включають вхідні (імпорт) і вихідні (експорт) види потоків. Їх супроводжують інформаційні потоки: вихідні (від митниць до центрального органу), вхідні (навіпаки), супровідні (документи на товар). Фінансові потоки, в свою чергу бувають вихідні (стягнення та перерахування мита до бюджету) і вхідні (державне фінансування митниць). Митні функції транспортно-логістичних фірм полягають у тому, що по-перше, їх виробнича діяльність пов'язана з перетинанням митних кордонів, отже вимагає знання і дотримання митних вимог та взаємодії з митними органами; по-друге, великі транспортно-логістичні фірми мають у своїй структурі митні пости та ліцензовані митні склади, можуть виконувати функції митного перевізника та митного брокера, тобто самі можуть здійснювати митні функції.

#### **ЛІТЕРАТУРА:**

1. Родников А.Н. Логистика : Терминологический словарь / А.Н. Родников. – М. : Экономика, 1995. – 250 с.

# Секція 4

## **МАРКЕТИНГОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ**

Голова секції – **В.І. Ємцев**, д-р екон. наук, проф.  
Секретар секції – **С.М. Мокіна**, асп.

**Ауд. В-308**



## ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ БРЕНДУ ПІДПРИЄМСТВА

А.А. Баргельова

*Вінницький коледж*

*Національного університету харчових технологій*

Значення бренду у формуванні ділової репутації визначається важливістю необхідності позиціонування продукції та підприємства на ринку, необхідністю сегментації на ринку і визначення цільових аудиторій просування продукції. Бренд є символом і відображенням ділової репутації підприємства, у який укладена вся діяльність підприємства.

Будь-який товар при появі на ринку створює про себе враження – позитивне чи негативне, воно з'являється неминуче, як тільки споживач дізнається про товар. Ці асоціації, сприйняття товару споживачем, називаються брендом. Бренд – це враження про товар в думках споживачів, ярлик, який в думках наклеюється на товар. Для того, щоб бути успішним на ринку необхідно, щоб бренд відповідав наступним умовам: унікальність, достовірність, перевага, інформативність, впізнавання, зрозумілість, запам'ятовування.

В цілому поняття бренд включає всі вищеперелічені характеристики, тому визначення цього поняття може бути таким: бренд – це ім'я, термін, знак, символ чи дизайн або комбінація всього вказаного, призначені для ідентифікації товарів, послуг одного продавця чи групи продавців, а також для відокремлення їх товарів, послуг від конкурентів. Бренди можуть виживати і процвітати навіть якщо товари і послуги, які вони представляють, значно змінюються або зовсім зникають. Бренди володіють цінністю, яку ми вважаємо надзвичайно важливою для сучасних підприємств в маркетинговому сенсі і яка набуватиме ще більшої важливості на ринку ХХІ століття. Цінність брендів різна, але саме вона забезпечує стійкість бренду на ринку.

Формування бренду — творча робота, що потребує глибокого знання ринку, споживача та конкурентів. Основними правилами і принципами формування бренду є простота, терпіння, гнучкість, доступність, людяність, інновації. Процес формування бренду може включати такі етапи.

1. Позиціонування бренду на ринку, тобто пошук його місця на ринку, а також набору купівельних потреб і сприйняття товару. Позиція бренду – це місце, яке він займає в уяві покупців щодо товару-конкурента.

2. Формування стратегії бренду, тобто стратегічної програми для створення його цінності.

3. Розробка ідеї бренду. Основна ідея бренду має відображати пропозицію його переваг. Для створення унікального бренду потрібно знати про товар і його виробника якомога більше. Ідея бренду повинна зацікавити і захопити покупця, звернути його увагу на марку і товар.

4. Пошук імені бренду. Ім'я асоціюється з товаром або послугою та доносить споживачу інформацію про товар і його споживчі характеристики. Ім'я бренду має найбільше значення серед його складових; воно найчастіше асоціюється з назвою фірми-виробника або посередницької фірми [1, с. 127].

Українські споживачі сприймають успішний бренд як систему цінностей, яка дозволяє відокремлювати товари від товарів. Успішність бренду на ринку залежить від портфеля брендів. Формула успіху для портфеля брендів підприємства має виглядати таким чином: розвивати прихильність споживачів за допомогою якості і ціни, які необхідно постійно обґрунтовувати; вигравати за допомогою загальних цінностей; привертати споживачів регулярними інноваціями, які узгоджуються з цими цінностями.

Для формування успішного бренду варто звернути увагу на інші бренди, присутні на тому ж сегменті ринку. Це дозволить: по-перше, уникнути дублювання вже існуючого бренду на ринку, по-друге, врахувати помилки і прорахунки зроблені конкурентами, по-третє, може наштовхнути на оригінальну ідею. Після того, як з'явилася назва бренду, до виходу на ринок обов'язковим етапом є його попереднє тестування. Маркетинговий тест дозволяє вибрати оптимальний варіант з декількох можливих. Під час тестування можна оцінити не тільки те, чи подобається споживачам бренд, але і ступінь ефективності комунікацій з цільовою аудиторією, сприйняття певних властивостей бренду і важливість пропонованих їм переваг.

У життєвому циклі бренду виділяють чотири стадії: розробку, створення, власне самий розвиток бренду і період старіння [2, с. 64]. Без обережного, дбайливого управління, бренди чекає та ж доля проходження життєвого циклу, що і товари: перехід стадій упровадження на ринок, зростання, зрілості і спаду в достатньо швидкому темпі. Проте, добре керовані бренди практично безсмертні.

Працюючи над брендом, підприємству перш за все потрібно визначити свої сильні та слабкі сторони. Бренд-менеджерам необхідно бути дуже пильними в розробці та впровадженні брендингової стратегії, щоб не припуститися певних помилок. Оскільки поведінка споживачів залежить від стимулів, які створює підприємство, потрібно постійно насичувати бренд силою, ароматом, надійністю, будь-якими мотивуючими якостями, в які повірить споживач. І тоді, коли підприємство досягне систематичного безперервного процесу створення та підтримки конкурентних переваг, можливо в подальшому отримання належних комерційних результатів [3, с.123].

Підприємству для підтримання стабільної позиції фірми на ринку значну роль у стратегії розвитку підприємства відіграє формування сильного бренду як стійкої конкурентної переваги. Виокремлення найвагоміших для споживача атрибутів дає змогу підприємству побудувати конкурентну стратегію позиціонування, реалізація якої забезпечить досягнення стратегічно важливих цілей. Велику роль відіграватиме бренд, побудований на глибокому знанні ринку та для створення якого потрібні час, зусилля і капітал, а найголовніше – професіоналізм.

#### **ЛІТЕРАТУРА:**

1. Савельєв, Є.В. Новий маркетинг / Є.В. Савельєв. – К.: Знання, 2008. – 420 с.
2. Пустотін, В. Етапи створення торгових марок. / В. Пустотін // Маркетинг в Україні. – 2004. – №4. – С. 64-65.

3. Родіонов, О.В. Бренд підприємства: формування, діагностика, розвиток : Монографія / О.В. Родіонов. – Луганськ: Ноулідж, 2012. – 268 с.

## **ІНФРАСТРУКТУРА ЯК КОНКУРЕНТНА ПЕРЕВАГА ПІДПРИЄМСТВА ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ**

**І.С. Гавриленко**

*Національний університет харчових технологій*

Сучасні умови виробництва продуктів харчування вимагають від підприємств підвищення ефективності виробництва, конкурентоспроможності продукції та послуг. Від того, наскільки ефективно і доцільно організовані інфраструктурні процеси, багато в чому залежить конкурентоспроможність підприємства в цілому. Безсумнівно, виробнича інфраструктура може не приносити прибуток безпосередньо, проте очевидно, що чим вищий рівень її розвитку, чим ефективніше і доцільніше організовані інфраструктурні процеси, тим більше шансів у харчового підприємства досягти намічених стратегічних цілей життєдіяльності.

Питання оцінки впливу стану та розвитку інфраструктури на показники конкурентоспроможності харчових підприємств у вітчизняній і зарубіжній літературі практично не розглядаються. Для вивчення проблеми впливу виробничої інфраструктури підприємства на його конкурентоспроможність можна скористатися існуючими методиками оцінки конкурентоспроможності підприємства. Оцінка ефективності роботи передбачає виділення наступних чотирьох основних критеріїв конкурентоспроможності підприємства:

- ефективність виробничої діяльності підприємства;
- фінансовий стан підприємства;
- ефективність організації збуту і просування товарів;
- конкурентоспроможність товарів.

Кожний з цих критеріїв містить систему показників і оцінює певний напрямок діяльності підприємства. Розглядаючи їх разом, можна отримати повне уявлення про ефективність управління виробничим процесом, економічності виробничих витрат, про раціональність експлуатації основних фондів, досконало технології виготовлення продукції, здатності підприємства розплачуватися за своїми боргами, можливості стабільного розвитку в майбутньому, про ефективність цінової політики та управління збутом, а також про якість продукції.

Незважаючи на популярність теми конкурентоспроможності, комплексних, ретельно опрацьованих методик визначення рівня конкурентоспроможності підприємств мало. Під оцінкою конкурентоспроможності підприємства найчастіше мають на увазі конкурентоспроможність своєї продукції.

Найбільш цікавим, коректним і повноцінним є метод, заснований на теорії ефективної конкуренції, який дає уявлення про конкурентоспроможність підприємства, і охоплює найбільш важливі аспекти його господарської діяльності. Відповідно до цього методу, найбільш конкурентоспроможними

являються ті підприємства, на яких найкращим чином організована робота всіх підрозділів і служб. Для оцінки конкурентоспроможності підприємств, які виробляють продукти харчування, за фактором якості експертним шляхом визначають пріоритети окремих показників і вагові коефіцієнти, які мають такі особливості:

- розвиненість даної галузі на ринку споживачів;
- наявність і розташування сировинної бази;
- наукоємність галузі;
- орієнтація ринків збуту продукції та ін.

Таким чином, виробнича інфраструктура має досить істотний вплив на конкурентоспроможність харчового підприємства. Чим ефективніше організовані інфраструктурні процеси, тим більше шансів у всього підприємства результативно функціонувати і розвиватися.

#### **ЛІТЕРАТУРА:**

1. Богатко, А.Н. Система управління розвитком підприємства / А.Н. Богатко. – М. : Финансы и статистика, 2008. – 240 с.
2. Налетова, И.А. Анализ финансово-хозяйственной деятельности: Учеб.-метод. пособие / И.А. Налетова. – М. : Форум: Инфра-М, 2007. – 128 с.

### **РОЗШИРЕННЯ АСОРТИМЕНТУ ЕКСПОРТУ ЯК НАПРЯМОК ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ**

**О.О. Гресь**

*Національний університет харчових технологій*

Планування розширення асортименту для виходу на зовнішній ринок у розрізі товарних груп здійснюється виходячи з результатів проведеного аналізу.

За сучасних тенденцій розвитку ринкової кон'юнктури підприємство отримує конкурентні переваги при повному задоволенні своїх споживачів якісною та унікальною продукцією. При аналізі діяльності підприємств було виявлено, що попит на їх продукцію часто значно перевищує пропозицію, особливо серед іноземних споживачів. Оскільки від експортної діяльності підприємство отримує у 2,4 рази більший прибуток (в середньому по харчовій промисловості – згідно офіційних статистичних даних), отримує вільноконвертовану валюту на розрахунковий рахунок (полегшує взаєморозрахунки з іноземними постачальниками обладнання), має право на податковий кредит (зменшує суму відрахувань до бюджету), то задоволення іноземного попиту є пріоритетним напрямком діяльності підприємства, що можна здійснити за рахунок збільшення обсягу експорту та розширення асортименту.

Обґрунтування планової структури зовнішньоторговельного обороту продукції може здійснюватися різними методами: на основі коефіцієнтів еластичності реалізації окремих груп товарів від обсягу виробництва або доходів населення, на основі нормативів обсягів продажу на торговельній площі, на основі побудови економіко-математичних моделей, використання економіко-статистичних методів.



На сучасний момент для підприємств одним з найбільш важливих завдань є впровадження нової асортиментної групи, освоєння зовнішніх ринків збуту і його головна мета на найближче майбутнє – вийти на нові європейські ринки. Для реалізації стратегії розвитку підприємства на зовнішньому ринку, йому необхідно виконати наступні заходи:

1. Для оптимізації діяльності підприємства на зовнішньому ринку необхідно здійснити пошук покупців продукції, - для цього слід здійснити ряд заходів. Спеціаліст зі збуту буде займатись пошуком замовників на зовнішньому ринку, пропозицій по співробітництву, підтримкою персональних зв'язків з клієнтами, оформленням замовлень на продукцію, контролювати постачання продукції контрагентам та стан розрахунків з контрагентами.

2. Для реалізації всіх вищенаведених заходів необхідне відповідне фінансове забезпечення. Для реалізації цього проекту пропонується наступна схема фінансового забезпечення проекту:

– фінансування потреби в інвестиціях в сировину та матеріали, закупівля яких необхідна для запуску виробництва в рамках реалізації проекту за рахунок власних фінансових ресурсів;

– фінансування операційних витрат по проекту за рахунок коштів (доходів), що надходять від його реалізації.

3. Для забезпечення успішної реалізації виходу підприємства на нові зовнішні ринки необхідна відповідна маркетингова підтримка проекту. Під час явного виходу підприємства на європейський ринок передбачається застосування реклами, стимулювання збуту продукції, участь у виставках та ярмарках.

У ході реалізації стратегії розвитку на зовнішніх ринках пропонується використовувати гнучку цінову політику. На початковому етапі пропонується підтримувати ціни на 10% нижче цін конкурентів, що забезпечується за рахунок більш низьких витрат у порівнянні з конкурентами. У процесі зміцнення своїх конкурентних позицій і збільшення частки ринку планується поступове підвищення цін. Основними факторами, що утримають відтік покупців в результаті підвищення цін буде сформований авторитет підприємства і високі якісні показники продукції.

У ході реалізації стратегії розвитку на зовнішньому ринку планується активні заходи щодо підтримки і стимулювання збуту. Сюди заносяться насамперед участь у спеціалізованих виставках, презентаціях, надання цінових знижок постійним клієнтам тощо. Передбачається, що ці заходи будуть досить дорогими, однак очікуваний від них ефект цілком покриє витрати на їхнє проведення.

В більшості країн світу, в тому числі і на Україні, відмічається тенденція до зростання виробництва і споживання безалкогольних напоїв і соків. Аналізуючи розвиток виробництва безалкогольних напоїв за останні роки, простежується тенденція до їх «натуралізації» – від використання основ штучного походження до натуральних. Це підтверджує і світовий досвід виробництва напоїв. Порівняння різних груп безалкогольних напоїв з точки зору лікувально-профілактичного і загальнооздоровчого впливу на організм

людини свідчить, що найбільш перспективними є напої на натуральній сировині. До числа найважливіших завдань харчової галузі належать такі, як прискорення темпів росту виробництва напоїв з метою ліквідації відставання від потреб населення, розробка і широке застосування нових харчових технологій, пошук оптимального співвідношення «ціна – якість».

Підтримка високого рівня конкурентоспроможності означає, що всі ресурси підприємства використовуються настільки продуктивно, що воно опиняється більш прибутковим, чим його головні конкуренти. Це одночасно передбачає, що підприємство займає стабільне місце на ринку товарів та послуг, та його продукція користується постійним попитом. Однак в житті цей стан не являється незмінним. Тому керівництво підприємства повинно вміти відслідковувати зміни, що відбуваються в умовах господарювання, і проводити відповідні перетворення в політиці ведення виробництва та реалізації товарів. Такими перетвореннями можуть бути: зміна товарної політики, впровадження нових технологій, диверсифікація виробництва, зміна організаційно-правового статусу підприємства, модернізація форм збуту продукції, вихід на нові ринки, створення спільних виробництв тощо.

Визначена складність ЗЕД підприємства вимагає від всіх суб'єктів господарювання чіткої, визначеної, сформованої стратегії своєї діяльності, що в іншій країні ускладнено невизначеністю загальних економічних умов. Будь-яке підприємство ставши суб'єктом товарно-грошових відносин, володіючи економічною самостійністю і повністю відповідаючи за результати господарчої діяльності, має сформувати у себе систему управління ЗЕД, яка б забезпечила йому високу ефективність роботи на зовнішніх ринках. Зокрема, вихід на міжнародні ринки потребує розробки та реалізації стратегії його діяльності з урахуванням особливостей конкретних ринків та змін ринкової кон'юнктури.

## **СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ МОЛОЧНОГО ПІДКОМПЛЕКСУ АПК УКРАЇНИ В УМОВАХ ІСНЮЮЧОГО КОНКУРЕНТОФОРМУЮЧОГО СЕРЕДОВИЩА**

**В.І. Ємцев**, д-р екон. наук

*Національний університет харчових технологій*

Під час системної економічної кризи 90-х років минулого століття в агропромисловому комплексі України відбулися радикальні економічні перетворення, під впливом яких питома вага продукції тваринництва у загальному обсягу сільгосппродукції зменшилась з 48,8% у 1990 р. до 30,6% у 2013 р., а дестабілізуючі процеси у молочному скотарстві набули обвального характеру, внаслідок чого підприємства цього надзвичайно важливого сегменту, який покликаний забезпечити продовольчу безпеку країни, зазнали великих втрат та виживають в умовах низького рівня якості менеджменту та маркетингу.

Проведені дослідження показують, що за період 1990-2015 рр. поголів'я ВРХ скоротилося у 6,46 разів та зберігає загальну тенденцію до скорочення. На початок 2015 року ВРХ м'ясного і молочного напрямів в країні налічувалося

біля 3,98 млн. голів, що на 14,25% менше, ніж в 2012 р. Якщо у 1990 р – 85,6% поголів'я ВРХ та 73,91% поголів'я корів знаходилось на утриманні у сільгосппідприємствах, то на сьогоднішній день – 68,3 % поголів'я ВРХ та 77,5% поголів'я корів утримується у господарствах населення які найчастіше не в змозі забезпечити ні стабільність та ефективність виробництва, ні якість та безпеку молока (табл. 1).

Таблиця 1

**Продуктивність худоби та виробництво молока**

Показники	1980	1990	1995	2000	2005	2010	2011	2012	2013
Виробництво молока, тис. т	21111,8	24508,3	17274,3	12657,9	13714,4	11248,5	11086,0	11377,6	11488
Надої молока на 1 корову, кг/рік	2272,3	2863	2204	2359	3487	4082	4174	4361	4446
Виробництво молока на 1 особу, кг/рік	331,2	472,3	335,3	257,4	291,1	245,2	242,5	249,5	252,6
Конверсія кормів на виробництво молока	1,42	1,47	1,77	1,63	1,31	1,18	1,16	1,09	1,06

Джерело : узагальнено автором за [2-4]

У 2013 році з 4779 підприємств, що утримували ВРХ, лише 3432 займалися молочним скотарством, з яких понад 1000 гол. мали 418 сільськогосподарських підприємств із загальним поголів'ям всього 458,4 тис. гол. Не утримують худоби майже половина великих господарств – з площею угідь більше 3 тис. га ріллі [1].

Ситуація ускладнюється також сезонністю пропозиції молочної сировини і значними коливаннями закупівельної ціни. Як наслідок – молочне виробництво для сільськогосподарських підприємств відзначалося порівняно низькою прибутковістю порівняно з іншими галузями, особливо рослинництвом. Україна сьогодні експортує сировину (зерно), а імпортує готову продукцію (у тому числі м'ясо та молочні продукти тощо). Такий тип товарообміну характеризує країну, як малорозвинену.

В умовах нестабільності законодавчої бази та високих процентних ставок за кредитами, охочих вкладати у розвиток молочного скотарства власні гроші мало – термін окупності інвестицій не відповідає очікуванням інвесторів. Інвестиції в одне тварино-місце складають близько десяти тисяч доларів США, при цьому окупність інвестицій складає 7-9 років. Утримання ж стада на основі старих техніко-технологічних підходів є дуже неефективним. Багато підприємств з виробництва молока і досі має надої нижчі за 4 тис. кілограмів на корову в рік. Такі надої не спроможні забезпечити прибутки, а відтак, і

стабільний розвиток господарств. Саме тому значні витрати, пов'язані з виходом на ринок молочної сировини, потребують сприяння держави у залученні інвестицій для проведення необхідних системних змін, а також економічної та правової стабільності на ньому на десятки років.

Виходячи з вищенаведеного, випливає, що не дивлячись на спроби держави створити сприятливі умови діяльності, галузь молочного скотарства в Україні знаходиться у депресивному стані. Для її відродження пріоритетними напрямками державного регулювання і підтримки, на нашу думку, є:

- створення інтегрованих агропромислових формувань або корпоративних організацій на ринкових взаємовигідних умовах для забезпечення повного циклу «селекційно-племінна справа – виробництво молока та м'яса – переробка – реалізація готової продукції», підвищення рівня організації управління діючими формуваннями на основі спеціалізації і кооперації;

- розвиток селекційно-племінної, генетичної роботи, підвищення ролі племінних заводів, племінних господарств, племінних ферм, краще використання генофонду племінного тваринництва країни;

- забезпечення високоякісної кормової бази, на основі прогресивних технологій заготівлі і зберігання кормів, з пріоритетом вирішення білкової проблеми, та забезпечення розвитку інтенсивних і ресурсозберігаючих технологій, спрямованих на виробництво якісної і конкурентоздатної продукції скотарства;

- створення сприятливого інвестиційного клімату, у тому числі за рахунок залучення приватних інвестицій, з метою поліпшення матеріально-технічної бази, здійснення структурної перебудови галузі скотарства з пріоритетом його розвитку у великих спеціалізованих сільськогосподарських підприємствах;

- формування ефективного економічного механізму в області ціноутворення, фінансово-кредитних, лізингових стосунків, можливостей розвитку факторингу.

#### **ЛІТЕРАТУРА:**

1. Ємцев, В.І. Стан, проблеми та перспективи розвитку підприємств АПК України в умовах нецінової конкуренції світового ринку / В.І. Ємцев // Переробні галузі АПК. – 2015. – №3. – С. 3-8.

2. Статистичний щорічник України. 2013 рік [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

3. Сільське господарство України за 2013 рік : статистичний збірник [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

4. Тваринництво України 2013 р. : статистичний збірник [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

## ВИБІР КОМУНІКАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ЗАЛЕЖНО ВІД СТАДІЇ ЖИТТЄВОГО ЦИКЛУ СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

М.П. Побережна, канд. екон. наук

*Національний університет харчових технологій*

Сьогодні в основу стабільного розвитку покладене розробка та використання стратегій підприємства. Обов'язковим є використання комунікаційної стратегії, яка покладено в основу комунікаційної діяльності підприємства. Кожне підприємство під час свого існування проходить декілька етапів розвитку. Ми будемо розглядати чотири стадій життєвого циклу організації, а саме: становлення або зародження, зростання, зрілість або умовне зростання, старіння або спад. Вибір комунікаційної стратегії залежно від стадії життєвого циклу стратегічного розвитку підприємства наведено у таблиці.

Напрями комунікаційного розвитку являються підтримуючими напрямів стратегічного розвитку, але без чітко сформованих комунікаційних задач, на сучасному етапі розвитку економіки, підприємство не зможе гарно розвиватись (табл. 1).

*Таблиця 1*

**Вибір комунікаційної стратегії залежно від стадії життєвого циклу  
стратегічного розвитку підприємства**

Фази стратегічного розвитку підприємства	Комунікаційна стратегія	Канали комунікації
Перша фаза – зародження	Інформування	керівництво підприємства; внутрішньо-корпоративна розсилка; інформаційна система; співробітники; Web-сайт; PR; галузеві періодичні видання; фірмові магазини; упаковка
Друга фаза – зростання	Переконання	співробітники; інформаційна система; Web-сайт; реклама; PR; галузеві періодичні видання; Event-заходи; бренд/ТМ; фірмові магазини; упаковка; виставки та ярмарки; імідж
Третя фаза – зрілість або умовне зростання	Нагадування	керівництво підприємства; співробітники; інформаційна система; Web-сайт; реклама (в меншій кількості ніж на 3 фазі); PR; галузеві періодичні видання; бренд/ТМ; фірмові магазини; упаковка; виставки та ярмарки; імідж
Четверта фаза – спад	Умовляння	керівництво підприємства; співробітники; інформаційна система; Web-сайт; імідж; бренд/ТМ

На етапі виходу підприємства чи торгової марки на ринок керівництво намагається привернути увагу як можна більшого числа споживачів, тому виникають наступні комунікаційні цілі. По-перше, створення широкої обізнаності та пізнаваності підприємства/торгової марки. По-друге, створення зацікавленості продуктом та бажання його придбати покупцями-новаторами. На даному етапі стратегічного розвитку підприємства завдання повідомлення –

скласти позитивне враження на цільову аудиторію. Ставка робиться на просування торгової марки та її запам'ятовування. Головна ідея інформаційного повідомлення: «Нова компанія – нові сучасні технології виробництва – гарний продукт».

На другому етапі стратегічного розвитку підприємства покупці вже обізнані про підприємство/торгову марку та мають уявлення про продукт, який випускає підприємство, та його властивості. Тому комунікаційні цілі на цьому етапі наступні: остаточне формування та зміцнення переваги продукту серед кінцевих споживачів; стимулювання широкого кола споживачів, щодо купівлі товару. Завдання повідомлення – забезпечення прихильності споживача до підприємства/торгової марки, забезпечення активного просування та продажу товару на ринку. Головна ідея інформаційного повідомлення: «Наша компанія краща, а наш продукт «справжній» та дуже корисний, він повинен бути в кожному домі».

На третьому етапі стратегічного розвитку підприємства відбувається підтримка існуючої та збільшення ринкової частки, а також формування дилерської та споживацької лояльності. Тому комунікаційною ціллю цього етапу є залучення нових покупців, зміцнення іміджу компанії, ведення конструктивного діалогу з постачальниками, посередниками, збутовими мережами, асоціаціями, органами влади. Завдання повідомлення: забезпечення зміцнення іміджу компанії; зміцнення прихильності споживача до продукції та підприємства; забезпечення «спілкування» з зовнішнім середовищем організації. Головна ідея інформаційного повідомлення: «Наша компанія найкраща, ми соціально активні, ми працюємо тільки для вас».

На четвертому етапі стратегічного розвитку підприємства зменшуються обсяги продажів та прибутків. Комунікаційними цілями на цьому етапі є: мінімальна інформаційна підтримка забезпечення продажу товару; створення образу «класичного» продукту; інформування споживачів про досягнення підприємства. Завдання повідомлення – підкреслити досягнення підприємства та корисності його діяльності для суспільства, підкреслити важливість споживання та унікальність товару даного підприємства. Головна ідея інформаційного повідомлення: «Підприємство розвивається, ми не плануємо зупинятись на досягнутому, наш продукт – смак ваших спогадів».

## **ПІДХОДИ ДО ВЗАЄМОДІЇ МАРКЕТИНГОВИХ ТА ЛОГІСТИЧНИХ СТРАТЕГІЙ**

**Т.А. Репіч**, канд. екон. наук

*Національний університет харчових технологій*

Однією з основних рушійних сил ринкової економіки, поза всяким сумнівом, є конкуренція – боротьба між підприємствами за найвигідніші умови виробництва і збуту з метою досягнення найкращих результатів у своїй діяльності. Для реалізації конкурентної боротьби підприємства використовують різноманітні конкурентні або маркетингові стратегії.

Логістична діяльність становить невід'ємну частину будь-якої маркетингової стратегії, бо без дотримання умов часу і місця не може відбутися передачі власності. Поза сумнівом, логістична стратегія повинна бути таким же природним елементом стратегічного планування, як маркетингова, фінансова, виробнича та інші види стратегій. Тому пропонується розглянути взаємодію маркетингових і логістичних стратегій для підприємств харчової промисловості.

Поряд з традиційним підходом до класифікації маркетингових стратегій М. Портера існує так званий «біологічний» підхід авторів Л. Раменського, Х. Фрізевінкеля, А. Юданова. Автори виділяють, щонайменше, чотири основних типи стратегій конкурентної боротьби, кожна з яких орієнтована на різні умови економічного середовища і ресурси, які знаходяться в розпорядженні підприємства. Згідно цього підходу стратегії можна розділити на чотири види: експлерентна стратегія, що означає вихід на ринок з інноваційним продуктом і захоплення частини ринку; віолентна стратегія, яка є характерною для великих підприємств, які здійснюють масове виробництво, випереджаючи конкурентів за рахунок серійності виробництва і ефекту масштабу; патієнтна стратегія, яка полягає у пристосуванні до вузьких сегментів широкого ринку шляхом спеціалізованого виробництва продукції з унікальними характеристиками, та комутантна стратегія, яка полягає в пристосуванні до умов попиту місцевого ринку, заповненні ніш. Тип стратегії агента комплексно характеризує його здатність протистояти конкуренції і захоплювати той чи інший обсяг простору ринкових ніш, переживати стреси, відновлюватися після порушень.

У процесі стратегічного планування важливим є починати з формування стратегії розвитку логістики організації, розробки стратегічного плану та подальшого його виконання в рамках загальної стратегії компанії. Наступним етапом побудови логістичної стратегії є вибір відповідних логістичних технологій і базових логістичних підсистем. При значному різноманітті прикладних технологій і систем, управління матеріальним потоком в рамках внутрішньовиробничих логістичних систем використовує дві базових концепції – штовхаючі системи (push-системи) та тягнучі системи (pull-системи).

У «штовхаючій» системі плани виробництва продукції формуються відповідно до прогнозів ринкової кон'юнктури. Штовхаючі моделі управління потоками характерні для традиційних методів організації виробництва. Ці системи дозволяють погоджувати плани дії всіх підрозділів підприємства з урахуванням постійних змін, або з точки зору кількісної оцінки конкурентних стратегій – постійного стресу. Другий варіант – «тягнуча» система руху товару, при якій весь ланцюжок поставок планується і функціонує на підставі сформованих потреб клієнтів. Центральне системне управління ставить завдання перед кінцевою ланкою виробничого технологічного ланцюга.

На думку деяких авторів, робота в системі pull ефективна для компаній, що працюють з продуктами, що мають високу тривалість життєвого циклу, наприклад, продукти харчування, непродовольчі FMCG, будівельні матеріали, нафтопродукти тощо. Що стосується компаній, що працюють з продуктами, що

мають короткий життєвий цикл, наприклад комп'ютери, автомобілі, fast-fashion, засоби комунікацій, більш ефективною системою товароруху є push-система.

З точки зору автора, такий поділ тягнучої та штовхаючої концепцій більше співвідноситься зі сферою просування товарів, або маркетинг-логістикою. Логістична стратегія не може обмежуватися маркетинг-логістикою, а включає в себе логістику постачання і виробничу логістику.

Ще одною принципово важливою ознакою, що відрізняє ці дві логістичні концепції, є те, що в своїй основі вони мають різні підходи до встановлення ритму, який визначає рух всього матеріального потоку. Причина в тому, що «штовхаюча» і «тягнуча» системи орієнтуються на різний характер споживчого попиту. Саме «штовхаюча» система орієнтована переважно на відносно постійний попит протягом досить тривалого проміжку часу. Тому в основі всіх планових розрахунків вона може використовувати постійні значення ритму виготовлення продукції. Системи «тягнучого» типу в якості планового періоду для визначення середніх оборотних заділів розглядають періоди від одного до трьох місяців.

Збут продукції харчової продукції має свої відмінні риси, які в основному обумовлені специфікою виробництва і споживання. Продовольчий ринок мало еластичний по ціні і відносно незмінний, тому що багато видів продовольства споживаються досить стабільно. Витрати на харчування при зниженні рівня доходів, як правило, знижуються в останню чергу. І, навпаки, при підвищенні рівня доходів і зниження цін попит на продукти харчування зростає у відносно невеликому розмірі.

Для харчової промисловості випуск масового продукту є основним. Тому віолентна конкурентна стратегія в ринкових умовах буде для підприємств харчової промисловості найбільш вірогідною. І відповідно до вище сказаного, правильним буде твердження, що для харчових підприємств, що випускають масову продукцію з незначним терміном реалізації, і використовують віолентну стратегію, раціонально використовувати «штовхаючу» систему в якості провідної логістичної стратегії.

#### **ЛІТЕРАТУРА:**

1. Современные конкурентные стратегии [Электронный ресурс] / Стратегии в маркетинге. – 04.03.2014. – Режим доступа : <http://www.dl5.ru/47-sovremennye-konkurentnye-strategii.html>

2. "Толкающие" и "тянущие" системы управления запасами [Электронный ресурс] / Логистика компакт. – 21.12.2012. – Режим доступа : <http://lib.znate.ru/docs/index-221910.html?page=18>.

3. Inprodmash Approved Event [Electronic resource]. – URL : <http://inprodmash.ua/articles/364>.

4. Карнаухов, С. Логистика как управленческая теория и система управления материальным потоком / Сергей Карнаухов // Ресурсы, Информация, Снабжение, Конкуренция. – 2006. – Т. II. – С. 79-90. – Режим доступа : [http://www.itkor.ru/articles/pdf/risk\\_2\\_079.pdf](http://www.itkor.ru/articles/pdf/risk_2_079.pdf).



5. Близковски, П. Стабильность и изменения в европейском контексте / П. Близковски // Публикации зарубежных авторов ; Пер. О.В. Мещеряковой Р. Blizkovsky «Stability and Change in the European Context». – С. 118-123. – Режим доступа : [http://www.intelros.ru/pdf/gumnauka/2013\\_02/14.pdf](http://www.intelros.ru/pdf/gumnauka/2013_02/14.pdf).

## ДОСЛІДЖЕННЯ КАНАЛІВ РОЗПОДІЛУ ПРОДУКЦІЇ ПАТ «ОБОЛОНЬ»

С.Б. Розумей

*Національний університет харчових технологій*

Пивобезалкогольна галузь є потужною складовою переробної промисловості України. Від неї отримують зиск як виробники (прибутки), так і споживачі (смачні напої), так і держава (податки).

Одним із лідерів українського пивного ринку є ПАТ «Оболонь». Для споживчого ринку компанія виробляє пиво, мінеральну воду, безалкогольні і слабоалкогольні напої, для промислового ринку – солод та пивну дробину [1]. Світовий ринок, так само як і український, добре знайомий з продукцією ПАТ «Оболонь». Це єдина компанія зі штаб-квартирою в Україні, що входить до сорока кращих пивоварних концернів світу, займаючи 24 місце (журнал «Focus») [2]. Корпорація «Оболонь» об'єднує головний завод, відокремлені цехи, дочірні підприємства та підприємства з корпоративними правами.

Доступність товарів до клієнтурних ринків забезпечують ефективно організовані канали розподілу продукції підприємства. На ПАТ «Оболонь» створено декілька відділів, які займаються збутом продукції на різні клієнтурні ринки – це департамент продаж, відділ експорту та комерційний відділ. У департаменті продаж працюють регіональні менеджери ПАТ «Оболонь», які координують процес розподілу продукції по Україні. Організацією збуту продукції за кордон займається відділ експорту. Комерційний відділ працює на промисловому ринку, торгуючи зерновими відходами та пивною дробиною.

Проаналізуємо канали розподілу (тобто сукупність юридичних або фізичних осіб, які приймають участь у процесі розподілу товарів на однорідні клієнтурні ринки) компанії «Оболонь». Для зручності проведення аналізу пропонуємо наступні позначення каналів розподілу:

– якщо канал направлений на промислові ринки, на початку його назви будемо писати букву «В» від англ. «business» – бізнес, якщо на споживчі ринки – букву «С» від англ. «consumer» – споживач;

– канали 0-го рівня позначимо буквою «Z» від англ. «zero» – нуль, канали 1-го рівня – буквою «R» від англ. «retail» – роздрібна торгівля, канали 2-го рівня – буквою «D» від англ. «distributor» – дистриб'ютор, якщо дистриб'ютор ексклюзивний (exclusive Distributor), назвемо його «DE», канал 3-го рівня – закордонні ексклюзивні дистриб'ютори (abroad exclusive Distributor) – «ADE».

При проведенні досліджень було з'ясовано, що каналом нульового рівня «B1Z» через комерційний відділ доставляється продукція на промисловий ринок B1. У сфері торгівлі on trade продається як штучна продукція, так і продукція в кегах через канал розподілу «C1HoReCa» (рис. 1).

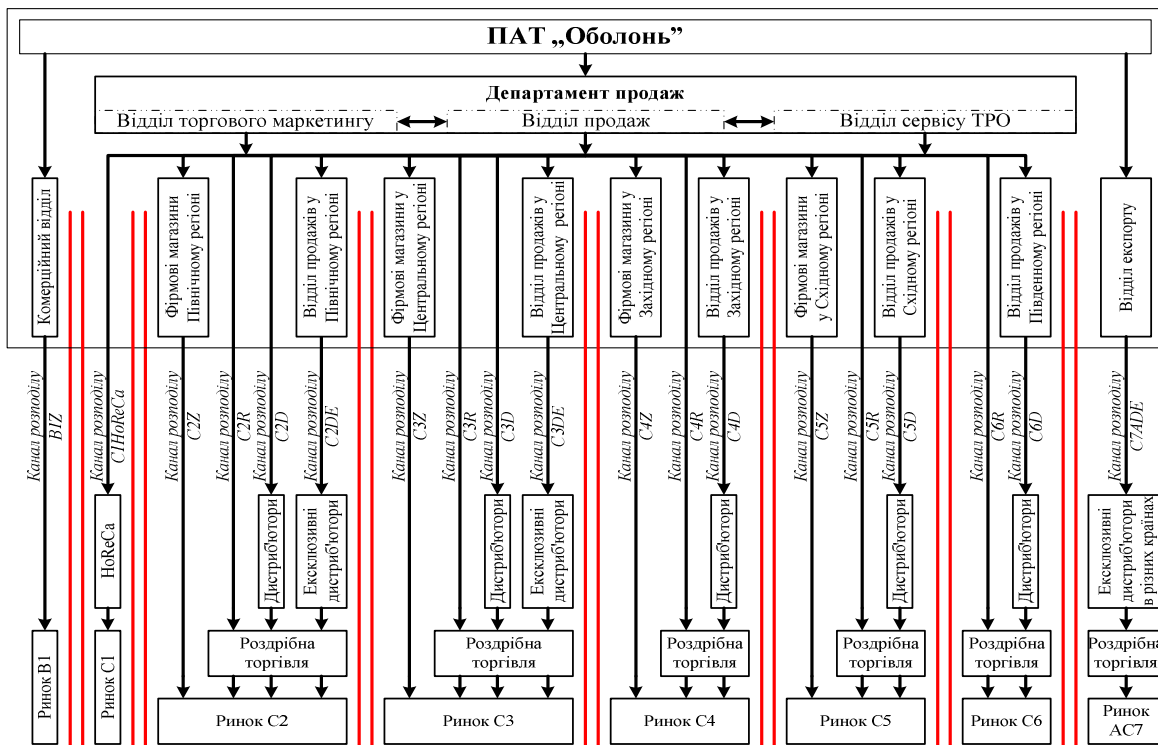


Рис. 1. Канали розподілу продукції ПАТ «Оболонь» на ринку України

Також підприємство продає свою продукцію кінцевому споживачу через фірмові магазини у Києві та Фастові (канал нульового рівня «C2Z») для споживачів Північного регіону (C2), у Бершаді та Олександрії («C3Z») в Центральному регіоні (C3), у Красилові та Староконстантинові («C4Z») у Західному регіоні (C4), в Охтирці («C5Z») у Північному регіоні (C5). Так як фірмові магазини розташовані поблизу виробничих потужностей корпорації, то продукція безпосередньо з виробництва потрапляє до споживачів.

Регіональні менеджери ПАТ «Оболонь», зі своїми командами, продають продукцію каналом розподілу першого рівня роздрібним мережам в Україні з розподільчих складів при підприємстві та його підрозділах. Підприємство співпрацює тільки з великими мережами, а дрібний ритейл купує продукцію у дистриб'юторів. Канали розподілу C2R, C3R, C4R, C5R, C6R у регіонах представлені національними роздрібними мережами: «МЕТРО Кеш@Керрі Україна», «Ашан», «Fozzy Group», «Квіза-Трейд», «Фуршет», «Епіцентр».

Департамент продаж ПАТ «Оболонь» співпрацює з незалежними дистриб'юторам, при цьому використовуються канали розподілу 2-го рівня «C2D», «C3D», «C4D», «C5D» та «C6D». Підприємство має свою частку в портфелі багатьох дистриб'юторських компаній. Дистриб'ютори ПАТ «Оболонь» займаються торгівлею напоями, надають свої склади, транспорт, фінансують дебіторську заборгованість роздрібних точок. Крім цього, вони доставляють продукцію в роздрібні точки протягом 24-х годин від часу отримання замовлення. У цих каналах кожен посередників обслуговує певний регіон, зазначений у договорі. Компанія працює з ТОВ «Ратушенко», ТД Юкас, СП «Київ-Захід», ТОВ «ОПРЕМА-ЛЬВІВ ПС», ЧФ «Парус», ТОВ «ТД «Марс»

та інші. Загальна кількість роздрібних магазинів в Україні, які обслуговуються оптовиками, сягає близько 21 тисячі і потроху збільшується з кожним роком.

Також підприємство надає виключні права на продаж своєї продукції у певному регіоні ексклюзивним дистриб'юторам. Поки що тільки ці два регіони мають ексклюзивних представників ТМ «Оболонь». Північний регіон представлений ТОВ "Північ Центр ЛТД" і ПП «Оболонь-Чернігів» (канал «С2DE»), а Центральний регіон – ТОВ «Кашкан логістик» (канал «С3DE»). Ведеться робота з розширення каналів цього типу в інших регіонах.

Для збуту продукції на закордонні ринки (С7) ПАТ «Оболонь» застосовує канали розподілу «С7ADE», які містять у собі трьох посередників. В кожній країні компанія вибирає дистриб'ютора, якому надає ексклюзивні права на збут своєї продукції: «Obolon Polska» (Польща), ТОВ «Арамис и К» (Білорусь), «Лидер» (Росія), «Алко Прага» (Чехія), СП «Оболонь-Аурелія» і «Шериф» (Молдова і Придністров'я). Цими каналами продається пиво та безалкогольні напої. Це зумовлено тим, що дана продукція має високі стандарти якості і може конкурувати з продукцією інших країн.

Аналізуючи обсяги продажу продукції ПАТ «Оболонь» у 2012-2013 рр. можна зробити висновки, що відбулося зменшення частки ритейлу, дистриб'юції та закордонних каналів розподілу, натомість зросла частка збуту на промисловому ринку, продажі в сегменті HoReCa, фірмової торгівлі та каналу ексклюзивної дистриб'юції. Продажі на закордонних ринках зменшилися, в наслідок прийняття урядами Росії та Білорусі протекціоніських законодавчих актів. В результаті ПАТ «Оболонь» змушена була підняти ціни на свою продукцію і, як наслідок, втратила частину ринків цих країн.

На основі проведеного дослідження було встановлено, що ПАТ «Оболонь» на внутрішньому ринку України має значну кількість каналів розподілу, що забезпечує присутність продукції підприємства на 98% території України. В той же час на кожному споживчому ринку працює декілька каналів розподілу, між якими час від часу виникають конфлікти в боротьбі за споживача.

#### **ЛІТЕРАТУРА:**

1. Корпоративний сайт ПАТ «Оболонь» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://obolon.ua/ukr/products/industrial-goods>.
2. Історія пивоваріння України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://beer-labels.com.ua/node/1872>.

## **МАТРИЧНІ ПІДХОДИ ДО РОЗРОБЛЕННЯ СТРАТЕГІЙ ПІДПРИЄМСТВ**

**В.О. Стахурський**

*Національний університет харчових технологій*

Ведення поточної діяльності фірми неможливе без стратегічного бачення, тобто без наявності чіткого напрямку та плану дій хоча б на найближчі 5-10 років. У відповідності до стратегій розробляються подальші цілі діяльності та конкретні заходи тактичного характеру. Широкого розповсюдження у стратегічному плануванні набули матричні методи. Так, у матриці Бостонської

консалтингової групи чотири зони, до яких можуть потрапити ті або інші стратегічні одиниці бізнесу, мають чіткі алегоричні назви, що відображають їх сутність. «Візитні картки» фірми, її найкращі, «зіркові», товари дістали назву «Зірки», адже їх частка ринку є високою та темпи зростання значні, вони приносять виробнику великі прибутки, що постійно зростають. Коли темпи зростання обсягів продажів уповільнюються, а згодом припиняються зовсім, товар переходить до фази зрілості, а частка ринку залишається великою, тоді, як правило, не потребується значних інвестицій, вкладати кошти можна лише у підтримання існуючих позицій, втім прибутки є значними і сталими. Товари, що потрапили до цієї зони, дістали назву «Грошових мішків» або «Дійних корів», адже вони «годують» чистою частиною своїх прибутків інші стратегічні одиниці бізнесу. «Дикі кішки» («Важкі діти», «Неприборкані лошата») – це ті товари чи послуги, які є перспективними та обсяги продажів яких зростають, втім частка ринку поки що невелика. Ці товари потребують інвестицій для продовження фази зростання та збільшення обсягів продажів задля переходу їх до рангу «Зірок». Найменш перспективні стратегічні одиниці бізнесу – ті, що займають невелику частку ринку та обсяги реалізації яких практично не зростають або зростають повільно. Товари цього рангу дістали назву «Мертвий вантаж» («Собаки», «Кульгаві качки»). Як правило, вони не приносять прибутків, втім на їх виробництво витрачаються кошти, які можна було б спрямувати у більш перспективні сфери. Саме тому тут дуже часто є доцільною стратегія елімінації, зняття товару з виробництва, і лише у перспективних «Собак» варто вкладати кошти задля їх «відродження» та переходу до рангу «Диких кішок». Для успішної діяльності будь-якого підприємства у структурі господарського портфеля обов'язково мають бути присутні «Дійні корови» та «Дикі кішки», адже перші є джерелом фінансування, другі – свідоцтвом розвитку фірми, появи нових товарних груп [2].

Крім портфельних стратегій, які можуть стосуватися підприємств будь-якого розміру, окремої уваги заслуговують стратегії малих та великих фірм. Стратегії зростання великих фірм прийнято поділяти на такі види: «Горді леви», «Могутні слони» та «Неповороткі бегемоти». Критерієм поділу є дві складові: темп зростання обсягів реалізації та ступінь диверсифікації. До «Гордих левів» слід віднести ті фірми, які стрімко зростають, втім диверсифікація товарів яких є незначна, вони спеціалізуються у одному, але значному та досить важливому сегменті ринку. Прибутки при цьому є достатніми для забезпечення прискореного зростання. Типовим прикладом може слугувати японська ТНК «Sony Corporation», основним товаром якої є домашня та професійна електроніка, відеоігри та мультимедіа. Підприємства, темпи зростання обсягів продажів та ступінь диверсифікації яких є середніми, відносять до рангу «Могутніх слонів». Диверсифікація має місце лише в межах визначеного великого ринку, а прибутки є достатніми для забезпечення стабільності та підтримання існуючих позицій. Прикладом фірми, що дотримується стратегії «Могутніх слонів», може слугувати міжнародний концерн «Siemens AG», що займає значну частку ринку та спеціалізується на випуску товарів в галузі електроніки, електротехніки, світлотехніки, медичної

техніки, машинобудування тощо. Ті фірми, темпи зростання яких невисокі, а диверсифікація значна, дотримуються стратегії «Неповоротких бегемотів». Прибутки при цьому можуть бути недостатніми, іноді мають місце збитки. Прикладом такої стратегії може слугувати діяльність нідерландської компанії «Philips N.V.», що має глибоку диверсифікацію у сферах споживчих товарів, побутової техніки, світлових рішень та охорони здоров'я. Стратегії середніх фірм в залежності від темпів зростання фірми та темпів збільшення ніші можна поділити на стратегію лідерства в ніші, стратегію виходу за межі ніші, стратегію збереження та стратегію пошуку загарбника.

На особливу увагу також заслуговують стратегії малих підприємств, що класифікуються в залежності від форми їх існування та типу товару. Якщо мале підприємство існує незалежно від великого, а товар випускає подібний до товару великого підприємства, втім не за договором франчайзингу, а по типу «підробки», така стратегія називається «Удаваний гриб». Якість товару, як правило, значно нижча, але й ціни теж низькі. Суверенне мале підприємство, що випускає товари, не схожі з товарами великих фірм, використовує стратегію «Премудрого піскаря», недолік тут той, що зростання фірми обмежене через її малі розміри. Стратегія дістала назву за мотивами сатиричної казки «Премудрий піскар», герой якої з обережності все життя провів у норі, по аналогії фірма тримається в межах малої ніші, не розширює розмірів, втім не робить «підробок» та не інтегрується з великими підприємствами. Ризик менший, але можливості зростання дуже обмежені. Малі підприємства, що вступили з великими фірмами у відносини типу франчайзингу, дотримуються стратегії «Хамелеону», вони випускають подібний товар, за аналогічною технологією та можливо й під торговою маркою франчайзера (бізнес-формат франчайзинг). І, нарешті, фірми, які випускають несхожі з великими фірмами товари, втім є залежними від великих фірм, використовують стратегію «Жалючої бджоли». Як правило, такі підприємства виготовляють певні частини, які необхідні великому підприємству для виробництва готових товарів. При такій стратегії фірмі доцільно бути постачальником одразу декількох крупних фірм та за допомогою встановлення низьких цін примушувати їх «викручуватись», ніби від укусів бджоли, та закривати власні виробництва запчастин, купуючи останні у малої фірми [1].

#### **ЛІТЕРАТУРА:**

1. Ляско, В.И. Стратегии роста для малых, средних и крупных фирм [Электронный ресурс] / В.И. Ляско. – Режим доступа : <http://kdbc.com.ua/Strategii-rosta-dlya-malyih-srednih-i-krupnyih-firm>.

2. Мехеда, Н.Г. Сутність матриці Бостонської Консультаційної групи (БКГ) «Зростання – частка ринку» [Електронний ресурс] / Н.Г. Мехеда, Ю. Бойко. – Режим доступа : [http://www.rusnauka.com/8\\_NMIW\\_2014/Economics/6\\_163220.doc.htm](http://www.rusnauka.com/8_NMIW_2014/Economics/6_163220.doc.htm).

## МЕХАНІЗМ ПЕРЕТВОРЕННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО ПОТЕНЦІАЛУ В ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИЙ КАПІТАЛ

С.О. Степанчук

*Національний університет харчових технологій*

Зростання інтелектуального потенціалу (ІП) визначається: з одного боку – можливостями забезпечувати науку сучасними капітало- і ресурсоемними приладами, апаратами й установками, які самі по собі є втіленням новітніх досягнень наукової і технічної думки, а з іншого – ключовою роллю сфери освіти у формуванні НТП та ІП. Розвиток ІП – достатньо складна задача, оскільки передбачає інвестування в умовах, коли ефективність і доцільність вкладень досить важко оцінити [1].

Багатьма науковцями ІП ототожнюється з інтелектуальним капіталом (ІК). ІК – це, перш за все, люди та знання, якими вони володіють, а також їх навички і все те, що допомагає ефективно використовувати знання та навички; це збірне поняття для визначення нематеріальних цінностей, що об'єктивно підвищують ринкову вартість компанії [2-5]. Категорія ІП, набагато глибша, ніж категорія ІК. Поняття «потенціал» (potential) – визначається як приховані можливості, а його власником виступає – той, що володіє достатньою силою для здійснення яких-небудь дій [6]. Потенціальні можливості (інтелектуальні) можуть залучатися і використовуватися повністю, частково або залишатися нереалізованими з певних причин.

ІП національної економіки – сукупність усіх інтелектуальних активів (ресурсів): людські активи, їх знання, інтелектуальні, творчі та комунікативні здібності, нематеріальні активи, що разом визначають сукупні інтелектуальні можливості, і можуть бути використані в процесі функціонування економіки, трансформуючись в інтелектуальний капітал та дозволяють втілювати нові ідеї та стимулюють соціально-економічний розвиток, а можуть так і залишитися повністю або частково невикористаними.

Під ІК національної економіки – розуміємо реалізований ІП, тобто, сукупність інтелектуальних ресурсів (людський ІК, ІК організації, клієнтський ІК), якими володіє держава та які використовує в процесі здійснення економічних рішень, отримуючи сукупний інтелектуальний продукт, за допомогою якого забезпечується соціально-економічний та інноваційний розвиток, спостерігається збільшення національного доходу, підвищення конкурентоспроможності країни та покращення якості життя людей.

ІК в абсолютному значенні визначається як інтелектуальний продукт у вартісному виразі. За рахунок аспектів капіталізації людських інтелектуально-творчих і комунікативних здібностей та комерціалізації результатів інтелектуальної діяльності в національній економіці пояснюється більш поширене в літературних джерелах застосування поняття «ІК» як синонім поняття «ІП».

Основною задачею використання ІП в національній економіці є трансформація ІП в ІК, рис. 1.

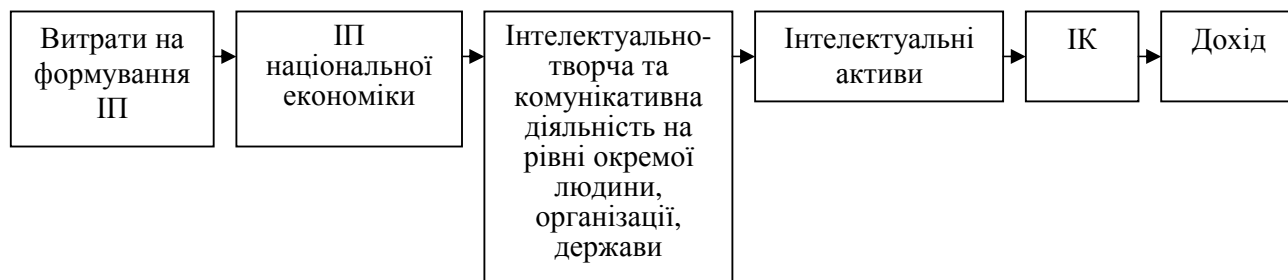


Рис. 1. Механізм перетворення ІП в ІК в національній економіці  
Джерело : авторська розробка

Механізм переходу ІП в ІК – це трансформація витрат на створення національного ІП з метою використання даного потенціалу на всіх рівнях бізнес-економічних та освітньо-наукових структур всіх форм власності в процесі виконання інтелектуальної, творчої, комунікативної діяльності результатом якої є створення інтелектуальних ресурсів, реалізація яких перетворює ІП на ІК (людини, організації, держави), ефективне управління яким дозволяє отримувати сукупний дохід і покривати витрати на формування національного ІП.

#### ЛІТЕРАТУРА:

1. Pasher, E. The Complete Guide to Knowledge Management: A Strategic Plan to Leverage Your Company's Intellectual Capital / Pasher E., Ronen T. – Wiley, 2011.
2. Бутнік-Сіверський, О.Б. Інтелектуальний капітал [Електронний ресурс] / О.Б. Бутнік-Сіверський. – Режим доступу : [http://www.ipdo.kiev.ua/files/articles/butniksiverskiy\\_intelektual\\_capital\\_theoretical\\_aspect.doc](http://www.ipdo.kiev.ua/files/articles/butniksiverskiy_intelektual_capital_theoretical_aspect.doc).
3. Гава, Ю.В. Інтелектуальний капітал – шлях до економічного зростання України / Ю.В. Гава // Актуальні проблеми економіки. – 2006. – №4. – С. 129-134.
4. Диба, Л.М. Сутність понять інтелектуальний потенціал та інтелектуальний капітал як економічних категорій [Електронний ресурс] / Л.М. Диба // Економічний вісник університету. – 2011. – Вип. 17. – Режим доступу : [http://www.nbu.gov.ua/portal/soc\\_gum/Evu/2011\\_17\\_1/Dyba.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/Evu/2011_17_1/Dyba.pdf).
5. Левашов, В.К. Интеллектуальный потенциал общества: социологическое измерение и прогнозирование / Виктор Левашов // Мониторинг общественного мнения. – 2008. – №3 (87), Июль – Сентябрь. – С. 17-30.
6. Поняття потенціал [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.uk.wikipedia.org/wiki>.

## СУЧАСНІ МАРКЕТИНГОВІ ПІДХОДИ ДО ІНДИВІДУАЛІЗАЦІЇ ТОВАРІВ ТА ПОСЛУГ

С.В. Ткачук, канд. екон. наук

*Національний університет харчових технологій*

При виборі стратегії охоплення ринку перед підприємством постає ряд варіантів, які, узагальнюючи, можна звести до таких: стратегія масового маркетингу та стратегії цільового маркетингу, зокрема індивідуалізованого. Останній вид стратегії є відносно новим для нашої країни, втім давно набув широкого розповсюдження в Західній Європі та США, а застосування індивідуального підходу до окремого споживача за умови ефективного маркетинг-міксу та управління витратами може принести значні прибутки. Перша умова досягається через усвідомлення потреб споживачів, в основі лежить вдала маркетингова інформаційна система фірми, друга умова – ефективне управління витратами – може бути досягнута через поєднання двох, на перший погляд не поєднаних, підходів: індивідуалізованого та масового. Вперше ці два підходи були поєднані американською корпорацією Dell, однією з лідерів виробництва комп'ютерів, зараз дана стратегія використовується багатьма фірмами, зокрема Honda, P & G, «MyMuesli» [1, 2]. Стратегія полягає у поєднанні масового виробництва з індивідуальним підходом та дістала назву масової кастомізації (від англійського слова «customization» – орієнтація на споживача) [2]. Ефект масштабу та економія умовно-постійних витрат досягається за рахунок масового виробництва, а ефект індивідуального підходу – за рахунок комплектації стандартизованого товару додатковими елементами на замовлення споживача. При цьому вартість роботи та матеріалів, які використовуються для індивідуального замовлення, сплачує сам споживач на умовах передоплати. Після передоплати матеріали постачаються на підприємство, а після виготовлення товару товар передається замовнику (споживачу). Це дозволяє економити на складських приміщеннях, застосовуючи систему JIT (вперше запроваджена в Японії у 50-х роках ХХ століття компанією Toyota Motors). Зараз стратегії масової індивідуалізації широко застосовуються за кордоном і в цілому їх можна розбити на такі типи: модульну, косметичну, адаптивну та експертну індивідуалізації [1]. Модульна індивідуалізація передбачає масове виробництво певних частин виробів з подальшим їх поєднанням на основі індивідуальних замовлень. Цю стратегію вдало використовує американський ритейлер Build-A-Bear Workshop, що діє на ринку з 1997 року. Фірма пропонує споживачу (дитині) створити іграшку на місці продажу або за допомогою інтерактивних технологій. При цьому є можливість вибору самої моделі іграшки (плюшеві ведмеді, собачки, котенята тощо), вибору вбрання для неї та інших аксесуарів [1, 3]. Ще одним прикладом фірми, що застосовує модульну індивідуалізацію є німецький виробник мюслів «MyMuesli», який пропонує споживачу поєднати інгредієнти (сухофрукти, злаки, горішки тощо) на свій смак і вибір [1]. Стратегія косметичної індивідуалізації передбачає стандартизований товар із зовнішньою зміною (наприклад, зміна етикетки) або стандартизовану послугу із зміною її подання



(безкоштовні квіти чи цукерки в готельний номер на день народження клієнта чи іншу дату). Прикладом також можуть слугувати нанесення зображень (фотографій чи вишивок) на стандартизований одяг за замовленням споживача, тюнінг автомобілів тощо. Стратегію косметичної індивідуалізації, зокрема, вдало використовує канадська компанія «JonesSoda Co», виробник енергетичних, безалкогольних та негазованих напоїв, а також деяких інших харчових та нехарчових продуктів. Фірма пропонує споживачу можливість надрукувати на етикетці напою власну фотографію, також влаштовуються різноманітні конкурси та промо-акції, зокрема на сайті компанії задаються конкретні тематики, за якими споживачі готують та надсилають фото. Ще одним різновидом стратегії масової кастомізації є адаптивна індивідуалізація, коли виробляється стандартний товар із багатофункціональними можливостями, які споживач може налаштувати під свої потреби та конкретний випадок. Наприклад, системи освітлення від компанії Coopersburg, пристрій Grafik Eye QS, що дозволяє регулювати світлову гаму квартир чи офісів з урахуванням вподобань конкретної людини, часу доби, пори року тощо. Система має набір багатофункціональних характеристик автоматичного налаштування, а також включає в себе підтримку віконних систем Sivoia QS-ролерів, що робить можливим керування не лише штучним, але й природним освітленням). Експертна індивідуалізація передбачає більш індивідуалізований, ніж масовий підхід. В цьому випадку товар чи послуга видозмінюються від початкового етапу до моменту передачі споживачу чи експлуатації. При цьому враховуються індивідуальні потреби конкретного споживача. Таку стратегію, зокрема, використовують готелі класу «люкс», які за допомогою спеціального програмного забезпечення записують в базу даних побажання клієнта та формують послугу саме для нього. Прикладом масової кастомізації на українському ринку може слугувати компанія «Стерх», яка пропонує індивідуалізовану співпрацю з кожним клієнтом щодо розмірів, інтер'єру та інших характеристик меблів. Цікавими аспектами є й те, що клієнт може сам взяти участь у створенні інтер'єру "аплікації" на дзеркалі чи дверях шафи, а також є можливість нанесення на меблі, окрім фотографій з галереї фірми, знімків, зроблених замовником. Ще одним прикладом є «Кондитерська «КВН» (м. Київ), до номенклатури якої входить широкий вибір тортів на замовлення, зокрема й з фотографіями від замовника. Втім найпоширеніший приклад масової кастомізації, з яким стикається практично кожний, є мобільні телефони, які споживач під свій смак «наповнює» програмами, іграми, фото- та відеогалереями тощо.

#### **ЛІТЕРАТУРА:**

1. Красуляк, М.М. Стратегія масової індивідуалізації: сутність, види, переваги та недоліки [Електронний ресурс] / Lviv Polytechnic National University Institutional Repository. – 2011. – Режим доступу : <http://ena.lp.edu.ua>.
2. Фальцман, В.К. Интенсивный курс МВА : [учеб. пособ.]. / В.К. Фальцман, Э.Н. Крылатых. – М. : ИНФРА-М, 2011. – 544 с.
3. Build-A-Bear Workshop: Teddy Bears, Stuffed Animals [Electronic resource]. – URL : <http://www.buildabear.com/shopping>.

## НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ПРИ ВИХОДІ НА ЗОВНІШНІЙ РИНОК

М.А. Шереметинський

*Національний університет харчових технологій*

Конкурентоспроможність продукції підприємства при експорті характеризують показники попиту на неї, а економічний ефект виражається величиною одержаного прибутку від реалізації продукції на зовнішньому ринку. Крім цього, на рівень конкурентоспроможності продукції вказують такі економічні показники, як:

1) динаміка експорту продукції у вартісному та натуральному відтворенні (перевищення темпів зростання вартісного обсягу продукції з урахуванням інфляційного підвищення цін над зростанням її фізичного обсягу свідчить про підвищення попиту на неї);

2) відношення прибутку від реалізації продукції на зовнішньому ринку до обсягу її експорту (збільшення такого показника вказує на підвищення конкурентних переваг);

3) відношення обсягів реалізації експортної продукції до вартості матеріально-виробничих запасів (зменшення цього показника свідчить про сповільнення оборотності запасів через зниження попиту на продукцію або збільшення матеріальних запасів);

4) відношення обсягів реалізації експорту до нереалізованої експортної продукції (зменшення цього показника свідчить про зниження попиту або перевиробництво експортної продукції);

5) відношення обсягів реалізації експорту до дебіторської заборгованості, яке відображає обсяги комерційних кредитів, наданих іноземним покупцям (чим вищий попит на експортну продукцію, тим нижчий розмір кредиту, менша дебіторська заборгованість);

6) «портфель» іноземних замовлень, обсяг якого характеризує рівень попиту на продукцію вітчизняних підприємств;

7) завантаження виробничих потужностей виготовленням продукції на експорт (зниження попиту викликає зменшення даного показника);

8) обсяги й напрями капіталовкладень (показник відтворює ступінь спрямування капітальних інвестицій на виробництві найперспективніших і конкурентоспроможних видів продукції).

Ключовим моментом у завоюванні позицій на зовнішньому ринку щодо численних конкурентів є своєчасне оновлення вироблених товарів, підготовка й організація виробництва нових видів продукції. У сучасному світі створення і виробництво нових товарів мають вирішальне значення для процвітання підприємства. Втілення програми підвищення конкурентоспроможності на зовнішніх ринках має включати сукупність організаційних, науково-технічних, екологічних, інвестиційних, управлінських та інших рішень, пов'язаних між собою єдиною метою. Для досягнення позитивного результату керівництво повинно забезпечити зростання якісного рівня продукції та максимальне

задоволення вимог іноземних споживачів при одночасній мінімізації витрат на її виготовлення й реалізацію. З цією метою необхідно розробити комплекс заходів з удосконалення організації виробництва, звернувши особливу увагу на оновлення й модернізацію основного технічного парку підприємства, раціоналізацію та стимулювання ефективності виробництва, створення системи мотивації управління працею, підготовку персоналу. Проблема удосконалення системи управління конкурентоспроможністю продукції має декілька аспектів: технічний, організаційний, економічний, соціальний, психологічний, юридичний (правовий), комерційний. І хоч всі вони складають єдину систему управління конкурентоспроможністю продукції, існує відповідна черга у вирішенні питань кожного з аспектів з урахуванням їх «вагомості».

В основі концепції створення нового товару сьогодні лежить не стільки дотримання традиційних прагнень до досягнення нових технічних і техніко-економічних параметрів, скільки прагнення створити "товар ринкової новизни" з високим рівнем конкурентоспроможності щодо інших аналогічних товарів на зовнішньому ринку.

При виборі шляхів удосконалення системи управління конкурентоспроможністю продукції підприємства нерідко буває дуже своєчасним рішення не про запуск нового товару і не про зняття його з виробництва. Збільшення кількості споживачів, які уважно відносяться до переліку інгредієнтів, що входять до складу продуктів харчування, обумовило зростання попиту на нові види продукції. В умовах конкурентної боротьби за споживача на зовнішньому ринку цей асортимент щороку зростає, при цьому використовуються сучасні технології з використанням різноманітних добавок, наповнювачів та інше.

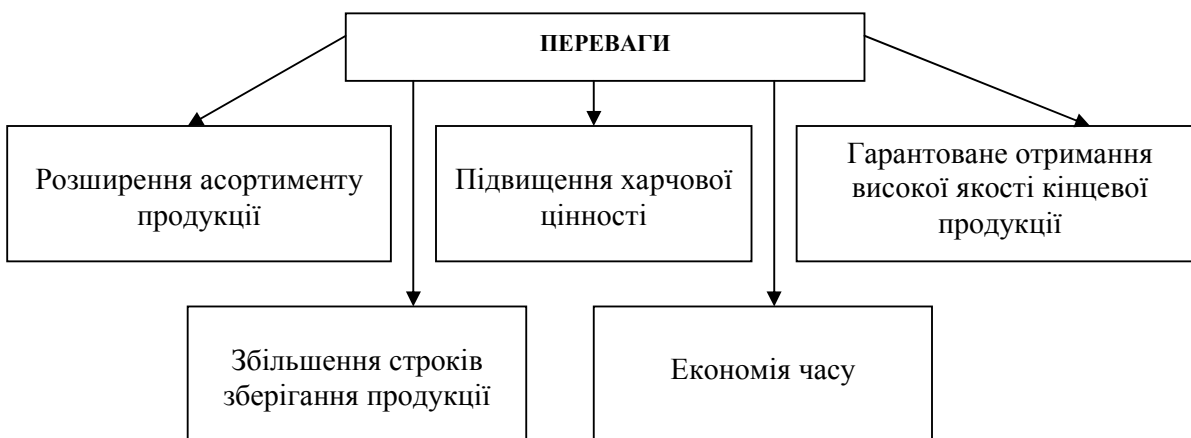


Рис. 1. Переваги для іноземного споживача та підприємства використання нових технологій та інгредієнтів

Після попередньої оцінки ідеї про виведення нового товару на зовнішній ринок, в основі якої лежать: ретельний аналіз переваги споживача при переході на покупку нової продукції; місткість ринку і труднощі проникнення на нього; характер і гострота конкуренції по аналогічній продукції; можливості конкурентів виходу на цей же зовнішній ринок з аналогічною продукцією, –

керівництвом підприємства вивчається оцінка економічної ефективності випуску нового виробу. Ця оцінка містить у собі насамперед визначення економічних параметрів виготовлення головного зразка та складається калькуляція повних витрат на виготовлення і збут, а також визначаються можливі надходження від продажів. Зіставлення витрат з доходами дозволяє вирішити питання про доцільність впровадження нового товару на світові ринки нового виробництва. Потім розробляється детальний бізнес-план випуску нового виробу на конкретні зовнішні ринки, досліджуються джерела постачання і розробляється комплекс заходів для забезпечення реалізації товару – рекламна кампанія.

# Секція 5

## **ПРОДОВОЛЬЧА БЕЗПЕКА: ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ**

Голова секції – **І.В. Федулова**, д-р екон. наук, проф.  
Секретар секції – **Т.В. Якимчук**, асист.

**Ауд. В-404**



## **ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ВИРОБНИЦТВА ТА ЕКСПОРТУ ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ ДЛЯ С/Г ПІДПРИЄМСТВ ЗАПОРІЗЬКОГО РЕГІОНУ**

**Т.Г. Бурма**, канд. екон. наук,  
**О.О. Головань**, канд. фіз.-мат. наук  
*Запорізький національний університет*

Для вітчизняної економіки важливим аспектом являється розвиток органічного виробництва, що забезпечує населення безпечною, екологічно чистою та високоякісною сільськогосподарською продукцією. Органічні методи господарювання покращують стан ґрунту та його родючість без застосування хімічно синтезованих добрив. Боротьба з бур'янами та шкідниками проводиться без застосування токсичних пестицидів, оберігаючи тим самим земельні та водні ресурси від забруднення токсичними сполуками. Обов'язкове застосування сівозмін, використання насіння і порід, адаптованих до місцевих умов, і відновлення функціонального біорізноманіття сприяють подальшому зміцненню екологічного балансу [1].

Органічне виробництво – це цілісна система господарювання, метою якої є отримання органічної продукції на всіх її стадіях виробництва та врахування вимог щодо вирощування, виробництва, переробки, сертифікації, маркування, перевезення, зберігання, реалізації органічної продукції, що спрямоване на покращення основних показників стану здоров'я населення, охорони довкілля, забезпечення раціонального використання і відтворення ґрунтів та інших природних ресурсів [2].

За оцінками швейцарських експертів ринок органічної продукції у світі зараз становить близько 60 млрд. дол. У 2014 році світове споживання органічної продукції збільшилось на 61% та досягнуло 97 млрд. дол. Україна починає грати все більш вагомую роль у всесвітній органічній індустрії. В країні під органічне виробництво зайнято більше 270 тисяч гектар землі (0,7% всіх сільськогосподарських земель). Дані Федерації органічного руху України підтверджують, що якщо на початок 2003 року в Україні було зареєстровано 31 господарство, що отримало статус "органічного", то в 2013 налічувалося вже 175 сертифікованих органічних господарств [3]. На початок 2014 року найбільша кількість органічних операторів зафіксовано в Київській (35), Херсонській (25), Одеській (13), Закарпатській (12), Львівській та Вінницькій (по 11) областях.

У Запорізькій області органічне землеробство знаходиться на початковому етапі розвитку. У Запоріжжі впроваджується альтернативна інтенсивна модель сільськогосподарської діяльності – органічне землеробство, на підприємстві ТОВ «Сиб-Агро». Науковий супровід моделі сільськогосподарської діяльності в Запорізькій області забезпечує Таврійський державний агротехнологічний університет та Запорізький Національний Університет, виділяються експериментальні земельні ділянки, де органічним методом вирощують плодову продукцію та зернові.

Нинішня ситуація в Україні негативно позначилася на виробниках органічної продукції, вони зіткнулися із загальними для всіх аграріїв проблемами: подорожчанням витратних матеріалів, палива, зниженням купівельної спроможності населення. Існує ряд питань у законодавчому полі, які слід вирішити для більш динамічного розвитку ринку.

Також для успішного експорту органічної продукції в країни ЄС, вона повинна проходити необхідні для цього сертифікаційні процедури, які здійснюються іноземними компаніями. У той же час, висока вартість подібних послуг значно скорочує вітчизняні експортні можливості в даній сфері.

#### **ЛІТЕРАТУРА:**

1. Клітна, М.Р. Стан і розвиток органічного виробництва та ринку органічної продукції в Україні / М.Р. Клітна, І.А. Брижань // Ефективна економіка. – 2013. – №10. – С. 25-28.

2. Органічне землеробство як перспектива для економіки АПК України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://orgzem.zo.net.ua/?p=232>.

3. Топ-200 агрокомпаній: Як розвивається ринок органічної продукції в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://delo.ua/business/top-200-agrokompanij-kak-razvivaetsja-rynok-organicheskoy-produk-283578/?supdated\\_new=1419171582](http://delo.ua/business/top-200-agrokompanij-kak-razvivaetsja-rynok-organicheskoy-produk-283578/?supdated_new=1419171582).

### **ТРОФОЛОГІЯ – ПЕРСПЕКТИВНИЙ НАПРЯМ В СИСТЕМІ НАУК ПРО ЖИТТЯ**

**С.М. Вигера**, канд. с-г. наук

*Національний університет біоресурсів і природокористування України*

На сучасному етапі виникла гостра необхідність прискорення та поглиблення досліджень щодо ефективного розвитку наук про життя на планеті Земля. Це викликане рядом негативних чинників сьогодення, особливо: глобальним, регіональним та локальним забрудненням навколишнього середовища; недостатнім та неякісним харчуванням людства тощо.

Така несприятлива ситуація свідчить, про необхідність структуризації, виходячи із принципів системності наук про життя, таких основних і взаємопов'язаних мультидисциплінарних напрямків, як біологія, екологія та трофологія. Цей новий підхід повинен враховувати історичність розвитку живої матерії біосфери, сучасний розвиток суспільства та його гармонізації з природними регулюючими механізмами замість антропоцентризму.

В історичному аспекті при вивченні процесів життя особлива увага акцентувалася на харчування людей та живлення біоти. Це призвело до того, що в другій половині двадцятого століття в Біотрофотеррології сформувалися Екотрофологія та Трофологія.

*Екотрофологія* (гр. ойкос – місце проживання, трофе – харчування, логос – вчення), як науковий напрям зародився в інтелектуальному просторі Німеччини в Гіссенському університеті ім. Юстуса Лібіха 1965 року [1].

*Трофологія* – сукупність міждисциплінарних знань про продукти харчування, безпосередньо харчування та трофічні зв'язки, а також



закономірності асиміляції продуктів живлення на всіх рівнях організації живих систем [2]. Метою обґрунтування та ефективного розвитку трофології є створення передумов щодо забезпечення суспільства якісною та безпечною продукцією, ефективного живлення прибуткового та створення несприятливих трофічних умов щодо збиткового біорізноманіття фітології, зоології, мікробіології тощо. Відомо, що для харчування людства та живлення біорізноманіття використовується сировина та продукція, отримана із природних, антропоприродних (культурноприродних і урбаноландшафтних) та культурних екосистем, де домінантою є фітопродуценти тобто рослини.

На сучасному етапі в культурних екосистемах існує декілька напрямів виробництва сировини та продукції для харчування людей, зокрема: з використанням синтетичних технологічних матеріалів в основі чого лежить екстенсивне та інтенсивне землеробство; без використання синтетичних технологічних матеріалів з органічним та біодинамічним землеробством; на основі новітнього технічного та інформаційного забезпечення із використанням no-till технологій, точного та інформаційного землеробства [3, 4].

Вище наведені системи виробництва сировини та продукції повинні відповідати основному принципу – отриманню та споживанню якісної та безпечної продукції. Саме тому в кінці двадцятого на початку двадцять першого століття в світі відновилося обґрунтування виробництва відповідної сировини та продукції без використання синтетичних технологічних матеріалів.

Цілісна система виробництва натуральної (органічної) фітопродукції повинна включати ряд окремо акцентованих ланок, зокрема: організаційно-технологічну методологію; правове забезпечення; економічне обґрунтування, сертифікацію процесу виробництва сировини і продукції на основі міжнародних стандартів; вирощування фітосировини, як правило, у замкнутому циклі з тваринництвом; збирання сировини, її транспортування та зберігання; переробку сировини та отримання якісної й безпечної продукції; транспортування та зберігання продукції; реалізацію продукції на персоніфікованих ринках; правильне споживання готової продукції тощо.

Без сумніву, що в основі такого процесу виробництва фітопродукції є вирощування сировини в культурних фітоценозах за умов натурального (органічного) землеробства.

*Натуральне (органічне, біологічне) землеробство* – це система організації та ведення культурних фітоценозів у спеціалізованих господарствах, де технологічні операції, що спрямовані на оптимізацію росту та розвитку рослин, проводять з використанням лише природного походження технологічних матеріалів (добрив, засобів захисту рослин, регуляторів росту тощо) та з урахуванням показників якості й безпеки фітопродукції на основі міжнародних стандартів та сертифікації виробництва [3,4].

Серед цих ланок виробництва фітопродукції особливе місце належить організаційно-технологічній методології, економічному обґрунтуванню та сертифікації цілісної системи виробництва на основі міжнародних стандартів, що є основою продовольчої безпеки суспільства, здоров'я та довголіття людей, гармонізації природоохоронної ситуації тощо.

## ЛІТЕРАТУРА:

1. Екотрофологія. Основи екологічно безпечного харчування : Навч. посібник / Димань Т.М., Барановський М.М., Білявський Г.О. [та ін.] ; За ред. Т.М. Димань. – К. : Лібра, 2006. – 304 с.
2. Уголев, А.М. Трофология – новая междисциплинарная наука / А.М. Уголев // Вестник АН СССР. – 1980. – №1. – С. 50-61.
3. Вигера, С. Природні і культурні фітоценози та принципи контролю їх біорізноманіття : Монографія / Сергій Вигера. – К. : НУБіП України, 2013. – 340 с.
4. Вигера, С.М. Фітонцидологія з основами вирощування та застосування фітонцидно-лікарських рослин : навч. посібник / С.М. Вигера. – Житомир : Рута, 2009. – 296 с.

## АГРАРНА КЛАСТЕРИЗАЦІЯ: ВІТЧИЗНЯНИЙ ТА ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД

*Л.М. Закревська, канд. екон. наук  
Національний університет харчових технологій*

Реформування земельних відносин в Україні вимагає перебудови всієї системи організації аграрного виробництва. Важливе значення при цьому має розвиток аграрних кластерів, що сприятиме створенню високотехнологічних і наукоємних об'єднань із замкненим циклом виробництва і високим рівнем доданої вартості в кінцевому продукті, створенню нових робочих місць різної кваліфікації, розвитку соціальної і виробничої інфраструктури на сільських територіях.

На сьогодні у вітчизняному законодавстві не існує визначення поняття «кластер», його видів, особливостей створення і функціонування. Зокрема, у Господарському кодексі України відсутнє поняття «кластер» як територіального об'єднання підприємств.

Розробленими, але не затвердженими, залишаються проекти нормативно-правових актів щодо формування засад державної політики у сфері кластеризації економіки, такі як: Концепція створення кластерів в Україні (Міністерство економіки України, 2008 р.); Національна стратегія формування та розвитку транскордонних кластерів (Міністерство регіонального розвитку та будівництва України, 2009 р.). У діючих нормативно-правових документах щодо засад державної аграрної політики не передбачено регламентування діяльності аграрних кластерів. Зокрема, і в Законі України «Про основні засади державної аграрної політики на період до 2015 р.», і в «Державній цільовій програмі розвитку українського села на період до 2015 р.» згадки про аграрні кластери відсутні. Лише проектом закону України «Про сільське господарство» визначено, що «в сільському господарстві можуть утворюватися міжгосподарські організаційно-управлінські структури у вигляді самоврядних господарських об'єднань кооперативного господарювання і кластерного регіонального співробітництва в організаційно-правових формах товариств, асоціацій, консорціумів» .

Водночас підтримка розвитку кластерів, у тому числі в аграрному секторі, є одним із пріоритетів регіональної економічної політики. Розвиток аграрних кластерів визнано одним із найважливіших напрямів у стратегіях розвитку багатьох регіонів.

Відсутність нормативно-правового регламентування створення кластерної організації виробництва, визнання кластера як самоврядного господарського об'єднання підприємств унеможливорює поширення на нього існуючих і розробки нових, спеціалізованих програм державної підтримки. Як наслідок, в Україні існують лише поодинокі приклади практичного створення і функціонування аграрних кластерів, які переважно є ініціативою товаровиробників і засновані на основі досвіду, запозиченого ними зі світової практики кластерного розвитку.

Досвід країн ЄС свідчить, що кластеризація є однією з умов підвищення конкурентоспроможності економіки регіону й держав. Економіка Фінляндії повністю кластеризована (у ній виділено дев'ять кластерів). Економіка Нідерландів «розбита» на 20 мегакластерів, на основі функціонування яких визначено пріоритети інноваційної політики держави. У Данії функціонує 29 кластерів, у яких бере участь 40% усіх підприємств країни, які забезпечують 60% експорту. В Австрії діють трансграничні кластери з Німеччиною, Італією, Швейцарією, Угорщиною, активізуються зв'язки з Францією і Великобританією. У Німеччині створено промислові кластери. У Словенії прийнято стратегію зростання конкурентоспроможності промисловості, розроблено програму національного розвитку кластерів. Близько 60 міждержавних, регіональних, національних, громадських організацій об'єднано в Європейський кластерний альянс, який функціонує на основі Європейського кластерного меморандуму [1, с. 76].

Україні слід залучати світовий досвід розвитку кластерів і підтримувати кластерні ініціативи, у т. ч. в аграрній сфері. Нинішня ситуація, коли ініціаторами створення кластерів виступають дрібні товаровиробники, не є перспективною. Важливо розвивати територіальне бізнес-середовище на основі державно-приватного партнерства, яке базувалося б на використанні бізнесом сприятливих природно-кліматичних та територіально-економічних умов регіону з активною державною підтримкою ініціатив товаровиробників щодо розвитку соціальної та виробничої інфраструктури. Державна політика підтримки розвитку аграрних кластерів має сприяти модернізації галузі, підвищенню ефективності аграрного бізнесу та соціального розвитку регіонів.

#### **ЛІТЕРАТУРА:**

1. Грядов, С.И. Агропромышленный кластер : проблемы и перспективы развития / С.И. Грядов, И.В. Ковалева // Вестник Алтайского государственного аграрного университета. – 2009. – № 4 (54). – С. 74-79.

## МІСЦЕ ЗЕРНОВИХ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ПРОДОВОЛЬЧОЇ БЕЗПЕКИ КРАЇНИ

**Н.В. Корж**, канд. екон. наук

*Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ*

Проблема продовольчої безпеки привертає увагу світової спільноти починаючи з 70-рр. ХХ ст., коли виявився дефіцит світових продовольчих ресурсів. Ця проблема має глобальний характер: виробництво, розподіл і торгівля продуктами харчування хвилюють кожну державу незалежно від того, страждає її населення від голоду і недоїдання чи забезпечене продовольчими товарами в достатній або надмірній кількості [1, с.103].

Зернові розглядаються як основний продовольчий ресурс при забезпеченні продовольчої безпеки людства. У 1974 році ФАО (Міжнародна продовольча організація) визначила зерно пшениці основним мірилом продовольчої безпеки країн світу [2].

Виробництво зернових значною мірою визначає розвиток агропромислового комплексу та харчової промисловості. Так, обсяги виробництва зернових забезпечують розвиток тваринництва – молочного та м'ясного напрямів та птахівництва, оскільки якість і кількість кормів для тварин, розвиток комбікормової промисловості формують базу для забезпечення темпів зростання поголів'я, визначають якість м'яса та молока.

Виробництво хліба та хлібобулочних виробів, борошняних кондитерських виробів залежить від забезпечення виробництва сировиною, а якість готових виробів формується якістю сировини. Забезпечення добової норми енергетичної цінності харчування населенням України відбувається переважно за рахунок білків рослинного походження – збільшене споживання хліба і хлібопродуктів, тому переробка зернових є, крім всього, чинником досягнення особистої продовольчої безпеки соціально незахищених верств населення.

Глобалізація світових ринків формує умови для поглиблення міжнародного поділу праці. В цих умовах зерно для України стає одним із найважливіших об'єктів зовнішньої торгівлі. Динаміка виробництва зернових демонструє нестабільність. Проте, у порівнянні із 2005 роком обсяг виробництва зернових суттєво збільшився. Так, якщо у 2005 році виробництво зернових складало 38016 тисяч тонн, то у 2013 році – уже 63051 тис. тонн. За цей період питома вага зернових культур у структурі продукції сільськогосподарського виробництва коливалась в межах від мінімального значення 21,4% – у 2010 році до 27,3% – у 2008 році (табл. 1).

При цьому нарощування обсягів виробництва зернових на фоні скорочення численності населення України викликає зростання виробництва зернових культур на одну особу. За досліджуваний період воно виросло у 1,7 рази – з 807 кг у 2005 році до 1386 кг у 2013 р. За виробництвом зернових на одну особу показники в Україні відповідають стану досягнення продовольчої безпеки, а рівень самозабезпеченості України зерновими у 2013 році склав 221% [3].

**Динаміка виробництва зернових культур**

Показники	2005	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Питома вага зернових культур у продукції сільського господарства, %	23,2	27,3	24,8	21,4	25,9	22,1	26,5
Виробництво зернових культур на одну особу, кг	807	1152	999	856	1242	1014	1386
Середні ціни реалізації зернових культур грн. за 1 т	471,8	778,6	799,0	1120,9	1374,2	1547,1	1299,8
Питома вага реалізації зернових культур переробним підприємствам, %	5,2	4,4	3,9	3,4	3,6	3,7	4,0
Обсяг реалізації зернових переробним підприємствам, тисяч тонн	1976,8	2344,8	1795,1	1335,2	2042,9	1710,0	2522,0

Джерело: розраховано автором за [3]

В той же час можна говорити, що перероблення зернових у загальному обсязі виробництва має невисоку питому вагу (4% у 2013), що є свідченням реалізації продукції із низькою доданою вартістю (табл. 2).

Таблиця 2

**Баланс зерна (включаючи продукти переробки зерна в перерахунку на зерно) у 2013 році**

Показник	тисяч тонн
Виробництво	63051
Зміна запасів на кінець року	6933
Імпорт	242
Експорт	27836
Витрачено на корм	16183
Витрачено на посів	2890
Втрати	1506
Переробка на нехарчові цілі	1367
Фонд споживання	6578

Джерело [3, с. 159]

Таким чином можна зробити висновок, що реалізуються переважно не продукти переробки зернових, а зерно. Про це також свідчить баланс зерна у 2013 році.

**ЛІТЕРАТУРА:**

1. Материнська, О.А. Роль виробництва зернових у розвитку АПК України і формуванні продовольчої безпеки. / Материнська О.А. // Економіка розвитку (Economics of Development). – 2013. – №3(67). – С. 103-106.

2. Положение дел в связи с отсутствием продовольственной безопасности в мире [Электронный ресурс] / Продовольственная и сельскохозяйственная

Организация Объединенных Наций. – Режим доступа : <http://www.fao.org/docrep/017/i3027r/i3027r.pdf>.

3. Сільське господарство України у 2013 році / Під ред. Н.С. Власенко. – К. : Державна служба статистики України, 2014. – 399 с.

## **М'ЯСНЕ СКОТАРСТВО УКРАЇНИ: РОЗВИТОК ТА ПЕРСПЕКТИВИ**

**О.О. Кутас**

*Національний університет харчових технологій*

Показники споживання продукції тваринництва на душу населення є одними з основних показників, що характеризують добробут нації. Виробництво продукції тваринництва, зокрема м'яса, є одним з головних питань у вирішенні проблеми продовольчої безпеки та забезпечення населення країни повноцінним харчовим білком. Серед м'ясних продуктів, споживаних людиною, яловичині належить одне з провідних місць. Аналіз динаміки поголів'я ВРХ та виробництва яловичини в Україні вказує на гостроту продовольчої проблеми.

В Україні яловичину переважно отримують за рахунок використання на забій поголів'я надремонтного молодняку та вибракуваного поголів'я дорослої худоби молочних і молочно-м'ясних порід. Невелика частина яловичини, яку отримують від м'ясної худоби, у загальному виробництві м'яса істотно не впливає на підвищення рівня його споживання. За умов доведення споживання яловичини на душу населення у найближчі роки до 30-35 кг, необхідно широко розвивати галузь інтенсивного м'ясного скотарства. Прискорений розвиток спеціалізованого м'ясного скотарства є значним резервом збільшення виробництва яловичини у США, Канаді, Італії, Франції, Аргентині. Саме за рахунок розвитку цієї галузі у цих країнах здійснюється виробництво високоякісної яловичини для задоволення потреб населення та промислового виробництва.

В Україні в сучасних умовах внаслідок тривалої фінансово-економічної кризи м'ясне скотарство знаходиться у досить критичному стані. Через ряд об'єктивних і суб'єктивних причин (недостатня забезпеченість кормами, низькі закупівельні ціни на м'ясо яловичини без врахування його якості, відсутність фахівців тощо) широкого розвитку ця галузь не одержала. Зменшення поголів'я великої рогатої худоби привело до того, що виробництво яловичини скорочується з кожним роком [1].

М'ясна худоба, порівняно з молочною, має ряд переваг: потребує значно менших витрат на будівництво приміщень і засоби механізації виробничих процесів; менш витратна щодо концентрованих кормів, енергетичних і трудових ресурсів; добре використовує пасовища, відходи рільництва (солону, полу) і переробної промисловості (малясу, брагу); забезпечує високоякісною сировиною шкіряну, легку і фармацевтичну промисловість.

Для збільшення кількості поголів'я м'ясної худоби, підвищення його продуктивності та виробництва якісного м'яса яловичини важливе значення має надання державою дотації на утримання кожної продуктивної м'ясної

корови шляхом компенсації нормативних витрат на її вирощування. Це практикується у країнах з ринковою економікою. Визначальними факторами розвитку галузі спеціалізованого м'ясного скотарства у перспективі є:

1) *продовольчі фактори*: значний дефіцит виробництва м'яса і його споживання, особливо яловичини; населення недостатньо забезпечується цим важливим білковим продуктом харчування; необхідність підвищення якісних показників яловичини від тварин молочних і комбінованих порід;

2) *соціальні фактори*: у сільській місцевості багатьох областей України більше третини населення – пенсійного віку, тому в господарствах по розведенню молочної худоби важко вирішуються кадрові проблеми і у найближчій перспективі вони залишаться; при постійному зменшенні чисельності працездатного сільського населення, м'ясне скотарство потребує у 8-10 разів менше трудових ресурсів, що пояснюється використанням маловитратної технології утримання м'ясної худоби;

3) *енергетичні фактори*: при існуючому дефіциті енергоносіїв дана галузь вимагає мінімальних витрат електроенергії, механізмів і машин; енергоємність м'ясного скотарства на 60-80% менша порівняно з молочним скотарством;

4) *екологічні фактори*: особливої уваги заслуговує розвиток м'ясного скотарства в регіонах, забруднених радіонуклідами в результаті аварії на ЧАЕС, де дуже гостро стоїть проблема з трудовими ресурсами і одержанням екологічно чистої продукції; ця галузь допомагає вирішити проблему зайнятості населення, а крім того, з м'ясом в організм людини попадає менше радіонуклідів, особливо стронцію, ніж з молоком;

5) *ресурсні фактори*: м'ясна худоба вимагає значно менших витрат концентрованих кормів, більш ефективно використовує пасовища; існує необхідність у створенні високопродуктивних культурних пасовищ і луків, з яких значно корми є значно дешевшими, а також і у раціональному використанні наявних кормових ресурсів та рентабельному веденні галузі;

6) *економічні фактори*: у раціонах харчування м'ясної худоби застосовують більш дешеві грубі та зелені корми, відходи харчової промисловості; від неї одержують високоякісне м'ясо та шкіри, цінну сировину для фармацевтичної промисловості при енерго- та ресурсозберігаючій технології утримання худоби [2].

У багатьох регіонах України, що мають незатребувані земельні площі, при створенні культурних і поліпшенні наявних природних угідь і пасовищ таку можливість можна направити на використання специфічних особливостей м'ясної худоби при її вирощуванні. Ця галузь тваринництва може стати майбутньою перспективою не лише в забезпеченні високоякісним м'ясом і м'ясопродуктами за науково обґрунтованими нормами харчування, а й у поліпшенні життєвого рівня населення, створенні стратегічних ресурсів нашої країни та її експортного потенціалу.

#### **ЛІТЕРАТУРА:**

1. Денисенко, М.П. Проблеми та перспективи розвитку м'ясного скотарства в Україні [Електронний ресурс] / М.П. Денисенко // Ефективна

економіка : Електронне наукове фахове видання. – 2012. – №11. – [Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/>].

2. Дзіцюк, В.В. Сучасний стан і перспективи м'ясного скотарства в Україні [Електронний ресурс] / В.В. Дзіцюк. – Режим доступу: <http://agroua.net/animals/catalog/ag-1/a-3/info/aig-75>.

## ВПЛИВ ІМПОРТОЗАЛЕЖНОСТІ ТА ЧАСТКИ ЕКСПОРТУ У СПОЖИВАННІ НА ПОКАЗНИКИ ЗБАЛАНСОВАНOSTІ ОСНОВНИХ ВИДІВ ПРОДУКТІВ ХАРЧУВАННЯ В УКРАЇНІ

О.А. Лисенко, канд. фіз.-мат. наук  
Національний університет харчових технологій

Для визначення узагальненої картини взаємовпливу імпортозалежності та показників збалансованості на рис. 1 наведені коефіцієнти кореляційного аналізу зазначених показників, розрахованих на основі статистичних даних за 2005-2013 рр. [1, с. 34-38; 2, с. 36-41].

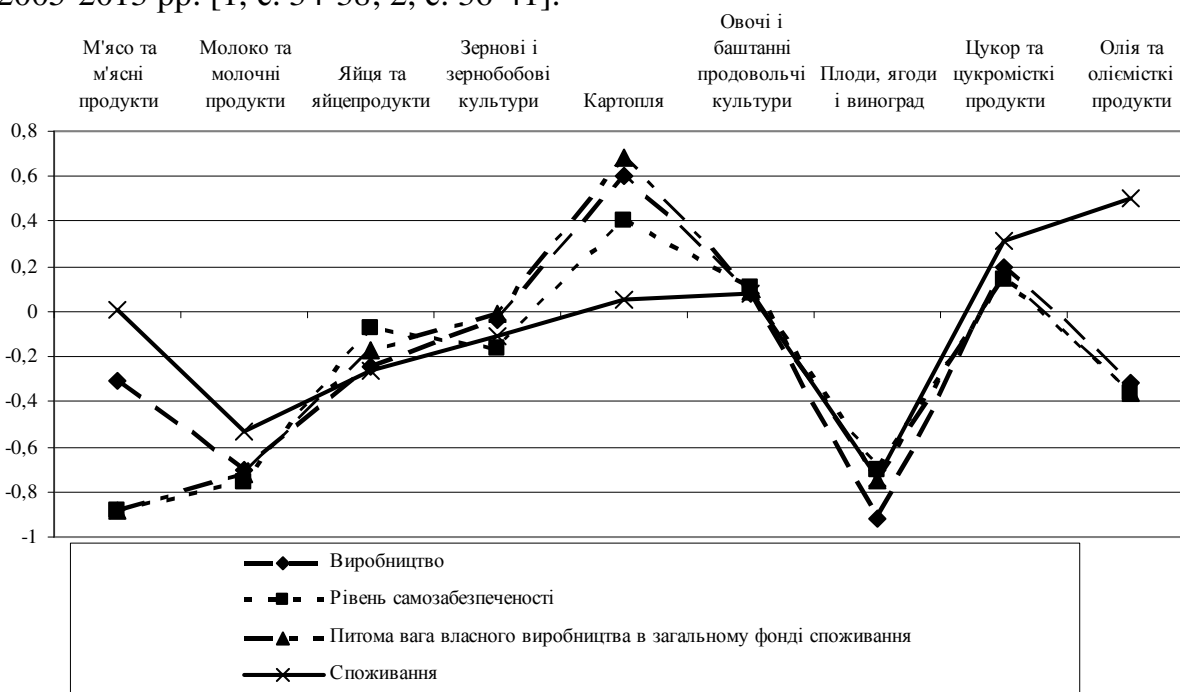


Рис. 1. Узагальнена картина взаємовпливу імпортозалежності та показників збалансованості основних видів продуктів харчування в Україні за 2005-2013 рр.

Як свідчать дані рис. 1, практично за усіма видами продуктів харчування, за виключенням картоплі, спостерігався від'ємний кореляційний зв'язок між імпортозалежністю та показниками збалансованості. За картоплею і цукром та цукромісткими продуктами між усіма показниками збалансованості та імпортозалежністю спостерігався позитивний кореляційний зв'язок, причому найсильніший вплив показник імпортозалежності відчуває від питомої ваги власного виробництва у фонді споживання та практично відсутня пряма залежність від обсягу споживання. Причому більш стабільна ситуація



спостерігалася у дослідженні показників імпортозалежності та збалансованості споживання цукру, хоча виявлений додатний кореляційний зв'язок є слабо помірним. Стабільним в однакових за силою є від'ємний помірний кореляційний зв'язок, який за аналізований період існував між імпортозалежністю та показниками збалансованості плодів, ягід та винограду.

Проведений аналіз залежності між питомою вагою експорту у споживанні та показниками збалансованості наведений у вигляді коефіцієнтів кореляції на рис. 2.

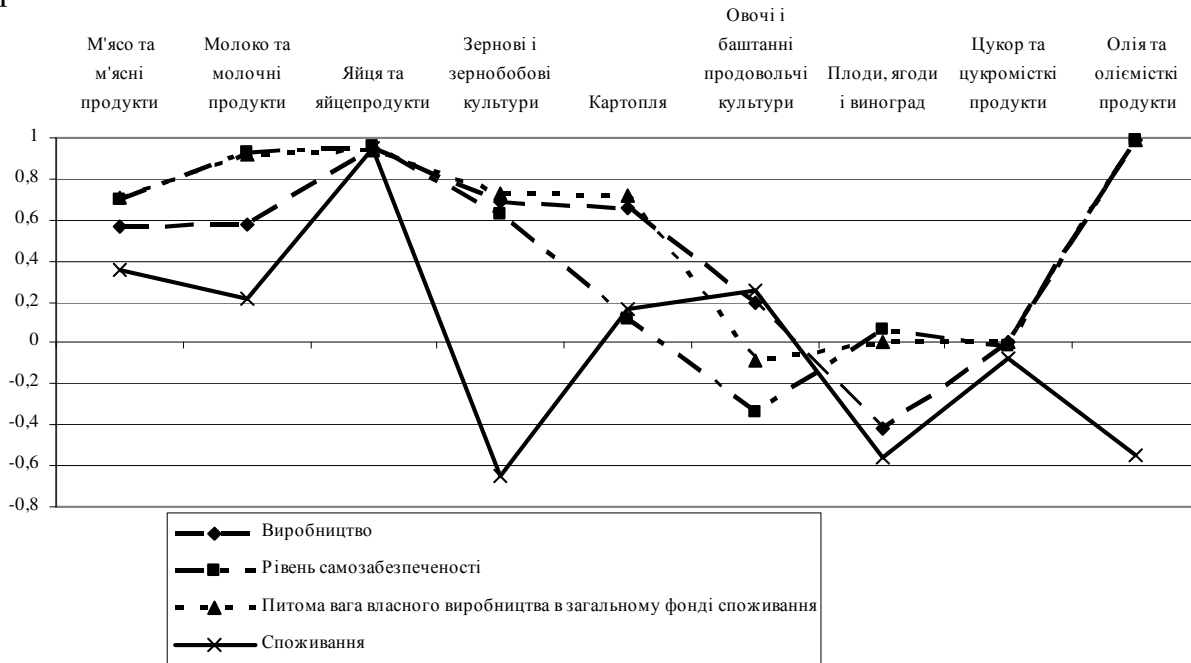


Рис. 2. Узагальнена картина взаємозв'язку питомої ваги експорту у споживанні та показниками збалансованості основних видів продуктів харчування в Україні за 2005-2013 рр.

На відміну від результатів отриманих у попередньому аналізі, дані, наведені на рис. 2 показують іншу картину: практично за усіма основними продуктами харчування спостерігався додатний і достатньо сильний зв'язок між питомою вагою експорту у споживанні та показниками збалансованості.

Таким чином, в Україні, з одного боку, в АПК спостерігається висока експортоорієнтованість вирощуваних основних видів продовольства, але, з іншого боку, на внутрішньому ринку є достатньо високий попит споживачів на дану продукцію власного виробництва.

#### ЛІТЕРАТУРА:

1. Баланси та споживання основних продуктів харчування населенням України за 2010 рік : статистичний збірник / За ред. Ю.М. Остапчука, Відп. за вип. О.М. Прокопенко. – К. : Державна служба статистики України, 2011. – 54 с.

2. Баланси та споживання основних продуктів харчування населенням України за 2013 рік : статистичний збірник / За ред. Н.С. Власенко, Відп. за вип. О.М. Прокопенко. – К. : Державний комітет статистики України, 2014. – 56 с.

## ОГЛЯД ВПРОВАДЖЕННЯ СИСТЕМИ НАССР НА ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

О.В. Мілінчук, канд. екон. наук

*Житомирський державний технологічний університет*

Тенденції світової економічної політики, процес європейської інтеграції України, асоційоване членство в міжнародних організаціях, які опікуються проблемами забезпечення права кожної людини на доступ до безпечних і поживних харчових продуктів – ЄС, СОТ, ВООЗ, ФАО, передбачають нові моделі державного розвитку на основі концепції здоров'я нації. Недостатнє дотримання міжнародних вимог щодо безпечності харчових продуктів, повільна гармонізація міжнародних стандартів та добровільність їх дотримання суперечить зобов'язанням, які були взяті Україною перед СОТ та іншими організаціями, що відповідно негативно впливає на експорт продуктів харчування, знижує рівень конкурентоспроможності українського товаровиробника.

Тривалий час для законодавства України характерною ознакою була його невідповідність загальносвітовим та європейським нормам, які регулюють безпечність харчових продуктів; контроль безпечності базувався переважно на випробуванні зразків (звідси обов'язкова сертифікація), а не на комплексній та ефективній системі управління; нечітка організаційна структура контролювання рівня безпечності продовольчої сировини, матеріалів та готових харчових продуктів, дублювання функцій органів контролю, зокрема санітарно-епідеміологічного та ветеринарного, та інші законодавчі прогалини. З метою усунення вищеперерахованих негативних факторів впливу на систему безпеки харчових продуктів та її відповідність міжнародним стандартам у 1998 р. було прийнято Закон України «Про безпечність та якість харчових продуктів» (останні зміни та доповнення від 28.12.2014 р.). Даний правовий акт був викладений у новій редакції згідно Закону України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо харчових продуктів» від 22.07.2014 р., а саме Закону України «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів», який набере чинності 20.09.2015 р. Зазначений документ передбачає введення в Україні європейської моделі системи гарантування безпеки і якості продуктів харчування, що базується на процедурах НАССР (Hazard Analysis and Critical Control Points – Аналіз небезпечних чинників і критичні контрольні точки). У законі також передбачено створення єдиного контролюючого органу в сфері безпеки харчових продуктів, скасування дозвільних документів і процедур, які відсутні в ЄС.

Метою даного дослідження є огляд практики впровадження НАССР, а саме системи аналізу небезпечних чинників і критичних точок контролю, в господарську діяльність вітчизняних підприємств з метою підвищення їх конкурентоспроможності на внутрішньому та зовнішньому ринках.

Посилання на систему НАССР уже були в українському законодавстві.

Зокрема, Законі України «Про безпечність та якість харчових продуктів» в редакції 2005 року зазначено, що «особи, які займаються виробництвом або введенням в обіг харчових продуктів, повинні застосовувати санітарні заходи та належну практику виробництва, системи НАССР, та/або інші системи забезпечення безпечності та якості під час виробництва та обігу харчових продуктів». Як бачимо, обов'язкового впровадження НАССР не передбачалося, тож ця система не знайшла широкого поширення на вітчизняних підприємствах. Крім того, відповідальність за безпечність харчових продуктів була розмита між офіційними контролюючими органами та виробниками.

В Україні з 1 липня 2003 р. діє національний стандарт ДСТУ 4161-2003 «Системи управління безпечністю харчових продуктів. Вимоги» та з 1 серпня 2007 р. набув чинності національний стандарт ДСТУ ISO 22000:2007 (ідентичний міжнародному стандарту ISO 22000:2005). Стандарт ISO 22000:2007 поєднує загальновізнані ключові елементи: інтерактивне інформування; системне управління; принципи НАССР. Тому в Україні система НАССР розвивалася як частина добровільних стандартів, які базуються на ISO 22000, відповідно на систему НАССР переходили ті підприємства, які виходили на міжнародні ринки і стикалися з вимогою щодо її запровадження.

Вимоги стандарту можуть бути використані для створення системи управління безпечністю харчових продуктів всіма організаціями, які безпосередньо чи опосередковано приймають участь у харчовому ланцюзі, наприклад, виробниками кормів, фермерами, виробниками інгредієнтів та домішок, виробниками та постачальниками харчових продуктів, підприємствами роздрібної та гуртової торгівлі, підприємствами громадського харчування, організаціями, які надають послуги з транспортування, зберігання та дистрибуції, послуги з миття та дезінфекції; виробниками та постачальниками обладнання для харчової промисловості, пакувальних та інших матеріалів, які контактують з харчовими продуктами і т.д.

Рушієм розвитку НАССР в Україні стали торговельні мережі. Спочатку це були торговельні мережі з іноземним капіталом, вони працювали за принципами країн Європи і ставили певні вимоги до своїх постачальників. За кілька років підключилися й українські мережеві торгові центри. Якщо підприємство прагне постачати свою продукцію відомим в Україні торговельним мережам – запроваджує систему НАССР, хоче працювати на міжнародних ринках – воно діє так само. За даними Міністерства аграрної політики та продовольства України на сьогодні НАССР або аналогічні їй системи забезпечення безпеки під час виробництва харчових продуктів запроваджено на 709 підприємствах, у стадії впровадження – 54, а розробки – 138. Система НАССР діє на більшості провідних українських підприємств молочної, олійно-жирової, кондитерської, алкогольної промисловості. Тож останні 6-7 років спостерігається дієвий вплив ринкових механізмів до виробників стосовно впровадження системи харчової безпеки.

Обов'язковість впровадження системи НАССР є передумовою вагомих перетворень у галузі. Безпечні та якісні харчові продукти випускатимуть відповідно оснащені та сертифіковані підприємства, власники та працівники

яких матимуть високу культуру виробництва, підтримуватимуть відповідні принципи контролю.

## **ОСОБЛИВОСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПОПИТУ НА ХАРЧОВІ ПРОДУКТИ В УМОВАХ КРИЗИ**

**Т.Г. Мостенська**

*Національний університет харчових технологій*

Стабільність постачання харчових продуктів відповідно до попиту на них із врахуванням рівня покупної спроможності населення, забезпечення населення якісними харчовими продуктами за доступними цінами – задача підприємств харчової промисловості. Враховуючи економічну ситуацію, що склалась в країні, ринок продовольства потребує регулювання і втручання держави, щоб не допустити можливих провалів ринку та створення дефіциту на окремі товари.

Основною метою регулювання аграрного ринку є досягнення стабільності попиту, пропозиції, обсягів продажу та цін. Ці складові тісно взаємопов'язані між собою. Практика неодноразово підтверджувала, що сплеск пропозицій чи ажіотаж попиту неодмінно дестабілізують обсяги продажу та ціни на продукцію. Внаслідок цього лихоманить ринок у цілому і за всіма напрямками, від втрат потерпають і виробники, і споживачі [1].

В сучасних умовах однією із головних проблем забезпечення ефективної діяльності підприємств харчової промисловості є управління пропозицією та задоволення попиту населення на харчові продукти. Вирішення цієї проблеми можливе шляхом здійснення постійного моніторингу стану ринку продовольства та визначення напрямів його розвитку. Більшість науковців, які досліджують проблему стану продовольчого ринку, зазначають, що в державі відсутня системна аграрна політика, що призводить до дисбалансу у відносинах між учасниками. Тому важливою проблемою в аграрній сфері економіки залишається незбалансованість між обсягами виробництва та споживання харчових продуктів.

Аналіз закономірностей й особливостей функціонування ринку продовольства, рівня конкурентоздатності продуктів харчування і ступеня монополізму свідчить, що в сучасних умовах роль держави в регулюванні ринкових відносин повинна підсилюватися, причому особливе значення вона здобуває саме в агропродовольчій сфері. Для усунення дисбалансу держава повинна проводити активну протекціоністську політику по відношенню до вітчизняних товаровиробників і захисту прав споживачів [2].

Характеризуючи тенденцію зміни цін, що склалась на ринку продовольчих товарів, можна зробити висновок щодо стрімкого зростання цін у 2015 році (табл. 1). Так, за офіційною статистикою у квітні 2015 року індекс споживчих цін виріс на 64,5% до рівня цін грудня 2010 року.

Характеризуючи ситуацію 2014 року, варто сказати, що рівень реальної заробітної плати за рік знизився відносно показника грудня 2013 року, на 13,6% і склав 86,4% при зростанні рівня номінальної заробітної плати за цей же період

на 10,4%. За цей же період індекс споживчих цін склав 124,9% [3]. Таке зростання індексу споживчих цін при зниженні рівня реальних доходів став причиною перерозподілу споживання у бік більш дешевих харчових продуктів, які мають вищий рівень енергетичної цінності.

Таблиця 1

**Індекси споживчих цін на харчові продукти, % до грудня 2010 року**

Роки	місяці											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
2005	47,6	48,2	49,3	49,7	50,0	50,3	50,3	49,9	49,6	50,0	50,7	51,3
2006	52,1	53,5	53,2	52,9	52,7	52,6	51,6	50,9	51,5	52,2	52,5	52,9
2007	53,1	53,1	53,2	53,5	54,1	56,1	57,4	57,8	59,6	62,2	63,6	65,5
2008	68,3	70,9	74,9	78,8	80,3	80,8	79,7	79,3	79,6	80,5	80,6	81,5
2009	84,0	85,2	86,5	87,5	87,8	87,9	87,7	86,6	86,9	87,5	88,9	90,4
2010	93,3	96,6	97,8	97,3	95,9	95,0	94,4	94,3	98,4	98,9	99,0	100,0
2011	101,3	101,6	103,4	105,0	105,8	106,1	103,4	102,1	101,8	101,5	101,5	101,7
2012	101,9	102,2	102,4	102,2	101,4	100,8	100,3	99,8	99,7	99,5	99,3	99,4
2013	99,7	99,5	99,2	99,1	99,1	99,0	98,7	97,2	97,1	97,7	97,9	98,7
2014	99,1	100,3	102,7	107,0	110,9	111,6	110,8	110,7	113,9	116,9	118,4	123,2
2015	129,0	136,3	157,6	164,5								

Джерело : складено автором за [3]

Задачами підприємств харчової промисловості стане розроблення асортиментної політики, яка найбільшою мірою буде відповідати рівню покупної спроможності населення України.

**ЛІТЕРАТУРА:**

1. Ільїна, С.Б. Контролінг процесів господарської діяльності в харчовій промисловості : навч. посібник / С.Б. Ільїна, Т.С. Журба. – К. : Професіонал, 2008. – 592 с.

2. Одінцов, М.М. Механізми регулювання розвитком продовольчого ринку [Електронний ресурс] / М.М. Одінцов // Ефективна економіка. – 2011.– №2. – Режим доступу : <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=471>.

3. Індекси споживчих цін [Електронний ресурс] / Офіційний сайт Державної служби статистики України. – 2015. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

**ТІНЬОВА ЕКОНОМІКА  
У ВИРІШЕННІ ПИТАНЬ ПРОДОВОЛЬЧОЇ БЕЗПЕКИ**

**Т.Л. Мостенська**, д-р екон. наук  
*Національний університет харчових технологій*

На думку науковців попри те, що тіньова економіка як економічне явище охоплює всі сфери суспільного життя і притаманна всім країнам світу, ступінь теоретичного її вивчення вкрай низький [1].

Для України актуальність проблеми тіньової економіки надзвичайна. Це пов'язано із тим, що до недавнього часу мова йшла про те, що тінізація економіки України являє реальну загрозу національній безпеці держави.

На думку Фрідріха Шнейдера та Домініка Енста [2, с. 1] зростання тіньової економіки може стати причиною руйнівного циклу, оскільки тіньовий сектор в економіці не підпадає під оподаткування. В свою чергу така ситуація скорочує базу оподаткування і для зростання надходжень у бюджет держава підвищує ставки оподаткування та провокує іще більший відтік легальних виробників у нелегальний сектор економіки, та розвиток деструктивних процесів.

Обсяг тіньової економіки в Україні, розрахований за методом проф. Фрідріха Шнейдера визначають [3] від 49% ВВП у 2004 р. до 44,1% – у 2011 р. Інтегральний рівень тіньової економіки за період 2011-2014 рр. за статистичними даними має значення на рівні 32-40%.

За розрахунками Ю. Харазішвілі рівень тіньової економіки склав у 2013 році 52,8% офіційного ВВП. За статистичними даними 250 млрд. грн. бюджетних коштів було в обігу тіньової економіки у 2013 році.

Тіньову економіку, якщо її характеризувати як складову економіки виробництва харчових продуктів, можна визначити таким чином:

– як систему економічних відносин, засновану на неформальній взаємодії між економічними суб'єктами, особистих відносинах та безпосередніх контактах між ними та доповнюючи або офіційно замінюючи офіційно встановлений порядок організації та реалізації економічних зв'язків;

– як систему економічних відносин, які або заборонені, або не зареєстровані у встановленому порядку і тому ретельно ховаються від контролю [4, с. 37].

Вплив тіньової економіки на економічну ситуацію вкрай неоднозначний. Так, з одного боку тіньова економіка може бути визначена як протизаконна діяльність, з іншого боку, одержані у тіньовому секторі гроші реалізуються у офіційній економіці, стимулюючи її розвиток. По розрахунках частка обігу тіньової економіки, яка перетікає у офіційний сектор економіки, складає до 2/3.

Крім того лівова частка виробництва сільськогосподарської продукції і тваринництва, і рослинництва зосереджена у приватних домогосподарствах, що за існуючими теоретичними підходами можна класифікувати як частину тіньової економіки, навіть у тому разі, коли йдеться про виробництво харчових продуктів, що споживаються у середині домогосподарств.

За результатами 2013 р. частка виробництва сільськогосподарської продукції, що вироблена у домогосподарствах, склала 46,2%, у тому числі у рослинництві ця частка складала 41,6%, а у тваринництві – 56,6% [5].

В цьому разі тіньовий сектор підтримує харчування сільського населення на рівні, який забезпечує його достатність, і є чинником, який формує достатній рівень продовольчої незалежності на рівні домогосподарств та особистого споживання. Саме за рахунок цього по окремих групах харчових продуктів рівень споживання сільського населення (при нижчому рівні доходів на одне домогосподарство) вищий, ніж у домогосподарствах, які проживають у містах.

## ЛІТЕРАТУРА:

1. Дюжилова, О.М. Теневая экономика как угроза экономической безопасности России [Электронный ресурс] / О.М. Дюжилова, И.В. Вякина // Проблемы управления в социально-гуманитарных, экономических и технических системах : сб. науч. тр. преп., асп., магистр., студ. ФУСК ; под. общ. ред. И.И. Павлова. – 2014. – С. 118-123. – Режим доступа : <http://eprints.tstu.tver.ru/283/1/1.pdf>.
2. Шнайдер, Ф. Скрываясь в тени : рост подпольной экономики [Электронный ресурс] / Ф. Шнайдер, Д. Энст. – Вашингтон : Международный валютный фонд, 2002. – Вып. 30. – 20 с. – Режим доступа: <https://www.imf.org/external/pubs/ft/issues/issues30/rus/issue30r.pdf> (Серия : Вопросы экономики).
3. Bochi, A. Shadow economy in Ukraine: causes and solutions [Electronic resource] / A. Bochi, V. Povoroznyk. – International Centre for Policy Studies. – 2014. – URL : [www.icps.com.ua](http://www.icps.com.ua).
4. Головин, С.Д. О классификации явлений теневой экономики / С.Д. Головин // Вестник МГУ. – 1992. – №1. – 37-45. – (Серия 6. Экономика)
5. Україна 2013 : Статистичний збірник [Електронний ресурс]. – К.: Державна служба статистики України, 2014. – 28 с. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

## НАУКОВІ ОСНОВИ ПРОДОВОЛЬЧОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ

**В.С. Ніценко**, канд. екон. наук

*Одеський національний університет імені І.І. Мечникова*

Забезпечення населення безпечними, екологічно чистими продуктами харчування в достатній кількості та відповідної якості, переробну промисловість сировиною – запорука продовольчої безпеки будь-якої країни. Наведені функції в повній мірі відносяться до компетенції уряду нашої країни, регіональних органів управління та місцевих органів самоврядування, співпраця яких на усіх рівнях повинна забезпечувати ефективність реалізації зазначених заходів.

В Україні вже сформована відповідна законодавча база стосовно продовольчої безпеки, зокрема прийняті: Закони України «Про основи національної безпеки України», «Про безпечність та якість харчових продуктів», «Про основні засади державної аграрної політики на період до 2015 року», «Про Основні засади (стратегію) державної екологічної політики України на період до 2020 року», розроблено законопроект «Про продовольчу безпеку». Закон України № 964-IV [1] визначає основні засади державної політики, спрямованої на захист національних інтересів і гарантування в Україні безпеки особи, суспільства і держави від зовнішніх і внутрішніх загроз в усіх сферах життєдіяльності.

Продовольча безпека впливає на економічну безпеку, і являється елементом (частиною) національної безпеки. Такої ж думки притримуються В.О. Олійник [2], М.П. Бутко, Д.В. Склярець [3], Н.Р. Джурик, С.В. Майкова, Н.Я. Сусол, М.П. Ковальчук, В.В. Гаврилишин [4] та інші науковці.

Згідно з проектом Закону України «Про продовольчу безпеку»: «продовольча безпека – соціально-економічне та екологічне становище, за якого всі соціальні і демографічні групи населення стабільно та гарантовано забезпечені безпечним і якісним продовольством у необхідній кількості та асортименті, необхідних і достатніх для фізичного і соціального розвитку особистості, забезпечення здоров'я населення України» [5].

В наказі Мінекономіки визначено, що «продовольча безпека – це такий рівень продовольчого забезпечення населення, який гарантує соціально-економічну та політичну стабільність у суспільстві, стійкий та якісний розвиток нації, сім'ї, особи, а також сталий економічний розвиток держави» [6].

Продовольча безпека, за визначенням ФАО (Продовольча і сільськогосподарська організація ООН), – чітко функціонуюча система, що забезпечує всі верстви населення продуктами харчування за прийнятими фізіологічними нормами за рахунок власного виробництва і необхідного імпорту за тими продуктами, для виробництва яких немає внутрішніх умов.

Враховуючи, що лівова частка сільськогосподарської продукції та продукції переробки може вироблятися на території України, доцільним є стратегія поступового імпортозаміщення стратегічно важливих для країни видів продукції, зокрема: молока і молочних продуктів, м'яса і м'ясних продуктів, особливо продукції скотарства.

Закон України №771 [7] регулює відносини між органами виконавчої влади, виробниками, продавцями (постачальниками) та споживачами харчових продуктів і визначає правовий порядок забезпечення безпечності та якості харчових продуктів, що виробляються, знаходяться в обігу, імпортуються, експортуються.

За дослідженнями М.П. Бутка і Д.В. Склярець, імпордне м'ясо є дешевше від вітчизняного, але дуже неякісне, з невизначеними термінами і умовами зберігання. З такої сировини виробляють вітчизняні ковбасні вироби, пельмені (на 70%), та інші продукти харчування. Іноді є не яким реальне проходження такого м'яса, зараження його небезпечними бактеріями – від сальмонели до кишкової палички. Серед імпортової продукції велика кількість генномодифікованої. Вітчизняне продовольство також іноді не відповідає вимогам безпеки якості, але основна доля порушень припадає на імпортні продовольчі товари [3].

Відповідно до Закону України №2982-IV [8] надається пріоритетність розвитку агропромислового комплексу та соціального розвитку села в національній економіці, що зумовлюється винятковою значущістю та незамінністю вироблюваної продукції сільського господарства в життєдіяльності людини і суспільства. Закон України №2818-VI [9] передбачає створення умов для широкого впровадження екологічно орієнтованих та органічних технологій ведення сільського господарства та досягнення у 2020 році їх використання та двократного збільшення площ їх використання у 2020 році до базового рівня.

Важливе значення у цій площині має міжнародний документ «Рішення про Комплекс спільних заходів щодо підвищення продовольчої безпеки



держав-учасниць СНД» [10]. Основною метою Комплексу спільних заходів з підвищення продовольчої безпеки держав-учасниць СНД є формування узгодженої агропромислової політики на основі вироблення і реалізації своєчасних заходів реагування на дисбаланс продовольчих ринків, спрямованої на підвищення конкурентоспроможності агропромислового комплексу та досягнення на цій основі продовольчої безпеки кожної держави-учасниці СНД і Співдружності в цілому.

Приведені документи свідчать про зростання ролі продовольства не тільки для українського народу, а й для усієї світової спільноти. Особливо актуального значення це питання набуває для вітчизняних сільськогосподарських товаровиробників і переробників продукції, після вступу України в СОТ у травні 2008 р.

#### **ЛІТЕРАТУРА:**

1. Про основи національної безпеки України : Закон України 19.06.2003 № 964-IV // Відомості Верховної Ради України. – 2003. – № 39. – Ст. 351.

2. Олійник, В.О. Конкурентоспроможність сільськогосподарської продукції як складова продовольчої безпеки України в умовах глобалізації [Електронний ресурс] / В.О. Олійник // Актуальні проблеми державного управління. – 2011. – № 1(39). – Режим доступу : <http://www.kbuara.kharkov.ua/e-book/apdu/2011-1/doc/2/10.pdf>.

3. Бутко, М.П. Продовольча безпека як складова національної безпеки України [Електронний ресурс] / М.П. Бутко, Д.В. Склярець // Вісник Чернігівського державного технологічного університету. – 2010. – Режим доступу : [http://archive.nbu.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/Vcndtu/2010\\_44/12.htm](http://archive.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vcndtu/2010_44/12.htm).

4. Джурик, Н.Р. Продовольча безпека України / Н.Р. Джурик, С.В. Майкова, Н.Я. Сусол [та ін.] // Науковий вісник НЛТУ України. – 2011. – Вип. 21.4. – С. 189-195.

5. Про продовольчу безпеку України : Проект Закону України № 8370-1 від 22.12.2011 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://search.ligazakon.ua/l\\_doc2.nsf/link1/JF6GI01G.html](http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/JF6GI01G.html)

6. Методика розрахунку рівня економічної безпеки України : Наказ Міністерства економіки України від 02.03.2007 №60 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.me.gov.ua/control/uk/publish/printable\\_article?art\\_id=97980](http://www.me.gov.ua/control/uk/publish/printable_article?art_id=97980).

7. Про безпечність та якість харчових продуктів : Закон України від 23.12.1997 № 771/97-ВР // Відомості Верховної Ради України. – 1998. – №19. – Ст. 98.

8. Про основні засади державної аграрної політики на період до 2015 року: Закон України від 18.10.2005 № 2982-IV // Відомості Верховної Ради України. – 2006. – № 1. – Ст. 17.

9. Про Основні засади (стратегію) державної екологічної політики України на період до 2020 року: Закону України від 21.12.2010 № 2818-VI // Відомості Верховної Ради України. – 2011. – № 26. – Ст. 218.

10. Решение о Комплексе совместных мер по повышению продовольственной безопасности государств-участников СНГ :

## **СИСТЕМА КТІОЛ I і II: КОНЦЕПЦІЯ ТЕХНЕ ЩОДО ПРОБЛЕМИ ФУНКЦІОНАЛЬНИХ І ЛІКУВАЛЬНИХ ПРОДУКТІВ І ПРЕПАРАТІВ В ОЗДОРОВЛЕНІ ОСОБИСТОСТІ**

**М.І. Осейко**, д-р техн. наук  
*Національний університет харчових технологій*  
**В.І. Шевчик**, канд. мед. наук  
*Муниципальный оздоровчо-лікувальний заклад*

За визначенням ВООЗ ООН «Здоров'я – це стан повного фізичного, розумового і соціального благополуччя».

За даними МОЗ України здоров'я населення залежить: від способу життя, включаючи харчування (на 50-70%), від рівня розвитку систем охорони здоров'я (на 10-15%), від спадковості (на 10-15%) і від екологічної ситуації (на 10-20%). Офіційні статистичні дані також свідчать про наявність серйозних проблем у стані здоров'я населення (біля 80% мають патологію, у 48-60% надлишкова маса тощо).

По рівню здоров'я ми на 99 місті у світі, а по тривалості життя – тільки на 150-му. Тобто проблема взаємозв'язку ендоекології Особистості з довкіллям, способу життя і здоров'я людини в Україні в сучасних умовах є актуальною.

Найважливішою проблемою харчової, фармацевтичної і косметичної промисловості України в умовах ринкової економіки, зокрема, в СОТ і ЄС, є створення і впровадження інноваційних технологій й організація виробництва. Це забезпечить виготовлення вітчизняної експортної й імпорт замісної продукції щодо сучасних вимог безпеки, якості, конкурентоздатності, функціональної і харчової цінності [1, 3- 6].

Розглянуто шляхи, способи і наведено приклади розв'язання проблеми продовольчої безпеки, функціональних і оздоровчо-лікувальних продуктів і препаратів щодо оздоровлення Особистості.

В Концепції техне, що пропонується, ключовими є:

- науково і практично обґрунтоване конструювання безпечних продуктів і препаратів на мікро- і нанорівні (система КТІОЛ – I);
- комплекс науково – практичних заходів, спрямованих на оздоровлення Особистості й ендоекологію здоров'я (система КТІОЛ – II) для забезпечення безпечної життєдіяльності людини.

Система КТІОЛ-I (Комплексні Технології, Інжиніринг, Обладнання, Лінії) початково була спрямована на синтез ліпидовмісних продуктів спеціального призначення з наноструктурою для використання в області високих тисків.

Основні положення системи КТІОЛ-I:

1. Забезпечення структури продукту (препарату) на мікро- і нанорівні.
2. Еколого-економічна ефективність.
3. Системний підхід до методології техне щодо самореалізації

Особистості у технологіях виробництва і терапії безпечних харчових, фармацевтичних і косметичних продуктів.

Система КТІОЛ-II (Комплексна Терапія Індивідуального Оздоровлення Людей) започаткована з аналізу якості і безпеки води, харчових продуктів і дієтичних добавок (препаратів), екологічних і ендоекологічних аспектів здоров'я Особистості [1, 2, 5]. Система КТІОЛ-II у якості базових складових (ключових словосполучень) включає: гігієну думок плюс; профілактику плюс; воду безпечну, оздоровчо-лікувальні харчування та препарати (добавки); оздоровче дихання, фізичне селективне навантаження; сон оздоровчо-лікувальний.

Розроблено асортимент функціональних олій КТІОЛ – ВІТ, КТІОЛ – БІО, бальзамів Софія – БІО (- ВІТ, – ЛІК) і жирів. Вміст омега – 3 ПНЖК в оліях КТІОЛ є суттєво більшим ніж у маслиновій і соняшниковій. Стійкість олій КТІОЛ і бальзамів до процесів окиснення забезпечується технологічними прийомами. Виявлено інноваційні процеси, технологічні рішення і ноу-хау, продукти і препарати (добавки) КТІОЛ, що володіють функціонально-терапевтичними властивостями і споживацькою новизною. Підготовлено вихідні дані для інноваційного проекту «Функціональний ФЛЖ продукт КТІОЛ-БІО».

Подальші дослідження будуть спрямовані на нейтралізацію критичних точок в терапії офтальмологічної профілактики, використання нанопроцесів для конструювання безпечних і конкурентоспроможних продуктів і препаратів.

#### ЛІТЕРАТУРА:

1. Осейко, М.І. Технологія рослинних олій / М.І. Осейко. – К. : ВВ «Варта», 2006. – 280 с.
2. Осейко, М.І. Геродієтичні продукти, БАД і геропротектори у системі КТІОЛ / М.І. Осейко // Молочна промисловість. – 2008. – №3. – С. 51-56.
3. Осейко, М.І. Нанотехнології ліпидовмісних продуктів, екстрактів і добавок в системі КТІОЛ® / М.І. Осейко // Химия и технология жиров. Перспективы развития масложировой отрасли : II Міжнар. наук.-практ. конф., АР Крим, м. Алушта, 20-25.09.2009 р. : матер. – Алушта, 2009. – С. 56-59.
4. Осейко, М.І. Система КТІОЛ : методологія техне самовизначення і самореалізації в інноваційних технологіях і оздоровленні особистості / М.І. Осейко, В.І. Шевчик, І.В. Левчук / Виховна робота у ВНЗ – невід'ємна складова підготовки висококваліфікованих фахівців: традиції та новаторство : Всеукр. наук.-метод. конф., м. Київ, 21 лист. 2013 : матер. – К. : НУХТ, 2013. – С. 68-69.
5. Levchuk, I.V. The analysis of production safety factors in technochemical control of oil and fat manufacture [Electronic resource] / Levchuk I.V., Oseiko M.I., Tymchenko V.K. // Technologiczny audyt i rezerwy produkcji. – 2014. – Vol. 5, №2 (19). – С. 21-25. – URL : <http://www.tarp.net.ua>.
6. Осейко, М.І. Спосіб очищення екстрактів матриць при хроматографічному визначенні пестицидів / М.І. Осейко, І.В. Левчук, В.А. Кіщенко // Патент України на винахід № 106178 від 25.07.2014. – Бюл. №8.

## БЕЗПЕЧНІСТЬ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ – ВАЖЛИВА УМОВА ГАРАНТУВАННЯ ПРОДОВОЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ

Ж.К. Сіднєва, канд. екон. наук

Національний університет харчових технологій

У сучасних умовах проблема безпечності та якості харчових продуктів набула пріоритетного значення і особливої актуальності, стала важливим фактором підвищення рівня життя та забезпечення продовольчої безпеки. Значна увага до цієї проблеми обумовлена збільшенням кількості захворювань, пов'язаних з харчуванням, зростанням небезпеки забруднення сільськогосподарської продукції токсичними речовинами та радіонуклідами, прагненням держави до усунення торговельних бар'єрів з іншими країнами, насамперед з країнами ЄС. Наявність неякісної і небезпечної продукції на національних ринках є суттєвою загрозою продовольчої безпеки.

У Законі України «Про безпечність та якість харчових продуктів» відмічається, що безпечний харчовий продукт – це харчовий продукт, який не створює шкідливого впливу на здоров'я людини безпосередньо чи опосередковано за умов його виробництва та обігу з дотриманням вимог санітарних заходів та споживання за призначенням [1]. Ідентифікація показників якості продукції показникам діючих стандартів не рідко свідчить про зниження поживної цінності харчових продуктів і перевищення максимального вмісту забруднюючої речовини в продукті, що не дозволяє віднести його до класу безпечної продукції. Відомо, що до 80 % шкідливих речовин надходить до організму людини з їжею та напоями. Не випадково експерти Всесвітнього банку саме продовольство і воду відносять до найбільш важливих загроз національній безпеці країн.

З метою захисту споживачів від небезпечних харчових продуктів, зменшення ризиків негативного впливу неякісного харчування на здоров'я людини сьогодні практично у всьому світі застосовуються системи безпечності продукції на основі принципів НАССР. Концепція «Аналіз небезпечних чинників та критичні точки контролю» («*Hazard Analysis and Critical Control Points*» НАССР) отримала широке визнання на міжнародному рівні, зокрема такими організаціями як комісія *Codex Alimentarius*, Європейським Союзом і рядом країн, таких як Канада, США, Австралія, Нова Зеландія, Японія. У країнах ЄС обов'язковою є Директива 93/43/ЄС про гігієну продуктів, згідно з якою всі виробники харчової продукції повинні розробити і впровадити процедури на основі принципів НАССР.

В основі системи НАССР лежить управління небезпечними факторами різного походження (біологічного, хімічного або фізичного), які впливають на безпечність продукції в процесі виробництва, шляхом створення механізмів контролю в кожній точці виробничої системи. Таким чином, система управління якістю на основі концепції НАССР переносить контроль із лабораторії безпосередньо на виробництво, тим самим контроль стає безперервним. Звичайно, НАССР не може бути абсолютною гарантією

безпеки харчових продуктів, але надає впевненості у тому, що підприємство успішно управляє безпекою своєї продукції. Система дає змогу підтримувати високий рівень безпеки і якості продуктів харчування та попереджувати невідповідності. Особливість HACCP полягає в тому, що система вводить принцип відстежування. Виробники повинні вести облік сировини, яку вони купують і кому реалізують свою продукцію. Ці дані будуть об'єднані в Єдину базу, що дозволить швидко відстежити поширення неякісної продукції.

Міжнародна організація із стандартизації взяла систему HACCP за основу нового міжнародного стандарту ISO 22000:2005 «Система менеджменту безпеки харчових продуктів – вимоги до організацій ланцюга виробництва і поставок» (*Food safety management systems – Requirements for any organization in the food chain*) [2]. Він призначається для використання організаціями усього ланцюга виробництва продуктів харчування: виробниками кормів і харчової сировини; підприємствами харчової промисловості; транспортними і складськими організаціями; субпідрядниками; підприємствами роздрібною торгівлі і сфери обслуговування, включаючи організації, які виготовляють обладнання, пакувальні матеріали, харчові добавки та інгредієнти. На підставі цього стандарту здійснюється сертифікація підприємств, які впровадили HACCP.

Стандарт ISO 22000 об'єднує принципи системи HACCP та етапи впровадження, розроблені Комісією Кодекса Аліментаріус. Міжнародний стандарт ISO 22000 встановлює вимоги до систем управління безпекою харчових продуктів на основі наступних чотирьох елементів: взаємне інтерактивне інформування; системне управління; програми – передумови; принципи HACCP. Даний стандарт вимагає, що ці небезпечні фактори, які можуть з'явитися у ланцюгу виробництва продуктів харчування, були ідентифіковані та проаналізовані. Інформування учасників харчового ланцюга щодо факторів ризику дозволить адекватно управляти небезпечними чинниками.

Таким чином, можна констатувати, що проблема безпеки продуктів харчування реально існує. Її вирішення неможливе без функціонування системи управління безпекою харчових продуктів на основі концепції HACCP.

#### **ЛІТЕРАТУРА:**

1. Про безпеку та якість харчових продуктів : Закон України від 06.09.2005 р. № 2809-IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua>.

2. Системи управління безпекою харчових продуктів. Вимоги до будь-яких організацій харчового ланцюга (ISO 22000:2007, IDT): ДСТУ ISO 9004:2012. – [Чинний від 2007-04-02]. – К. : Держспоживстандарт України, 2007. – (Національний стандарт України).

## РАЦІОНАЛЬНЕ ВИКОРИСТАННЯ ВОДНИХ РЕСУРСІВ ЯК ФАКТОР ПРОДОВОЛЬЧОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ

П.М. Скрипчук, д-р екон. наук,

О.Ю. Судук, канд. с.-г. наук

*Національний університет водного господарства та природокористування*

Водні ресурси відіграють істотну роль у функціонуванні природних і культурних ландшафтів [1] і від того, наскільки ефективно вони використовуються в галузях економіки, включаючи і сільське господарство, залежить водна, енергетична і продовольча безпека країни.

Вода відіграє важливу роль у забезпеченні продовольчої безпеки за рахунок численних впливів на: здоров'я та харчування (вода питна, санітарія/рівень захворювань), сільськогосподарське виробництво (доступ до води, управління водними ресурсами) і харчову промисловість (управління водними ресурсами, якість води). Дана проблематика повинна розглядатися в глобальному контексті, включаючи такі складові, як вода, ґрунт, енергетична та продовольча безпека, ефективне поєднання яких забезпечить безпечний розвиток на засадах «зеленої економіки».

Всього шістдесят років тому люди сприймали воду як нескінченний ресурс. У 1950 році з річок забиралася всього третина об'єму води, яку ми забираємо сьогодні. Крім того, зростає конкуренція за воду з боку промисловості, урбанізації та виробництва біопалива. В майбутньому ще більші обсяги водних ресурсів будуть залучені у виробництво продуктів харчування, тому що населення Землі, за прогнозами, зросте до 9 мільярдів у 2050 року [1]. Тому необхідно переглянути напрямки використання, охорони та відтворення водних ресурсів і розробити ефективну стратегію водокористування.

Для розробки такої стратегії необхідно порівняти і протиставити ефективності використання води з різних систем харчування і практики управління водними ресурсами для виробництва, переробки і споживання продуктів харчування, – у тому числі питної води з використанням концепції «водних слідів» [1] та інших методів обліку води, обґрунтувати ризики і можливості, пов'язані з торгівлею «віртуальною водою», розглянути ймовірні наслідки зміни клімату при використанні підземних вод, водосховищ, а також поверхневих вод для пиття/приготування їжі, каналізації, сільськогосподарського виробництва, харчової та переробної галузей, критично обґрунтувати потенціал технологічних, організаційних інновацій для збереження і сталого використання водних ресурсів в контексті зміни клімату.

Термін «водний слід», який визначається як обсяг води, необхідний для виробництва товарів і послуг, як правило, застосовується у відношенні споживача води і враховує джерело споживаної води, а також час споживання. Крім «водного сліду» зустрічається й інше близьке йому поняття – «віртуальна вода», в яку входять витрати води на всіх етапах виробництва будь-якого товару або послуги. Складові елементи «водного сліду» приведені на рис. 1.

«Водного сліду» недостатньо, щоб описати загальні потенційно можливі екологічні впливи на екосистеми, здоров'я людини та ін. Проте, така оцінка

дасть можливість оцінити наслідки, пов'язані з нераціональним використанням водних ресурсів. Вона також може бути частиною більш комплексної екологічної оцінки.

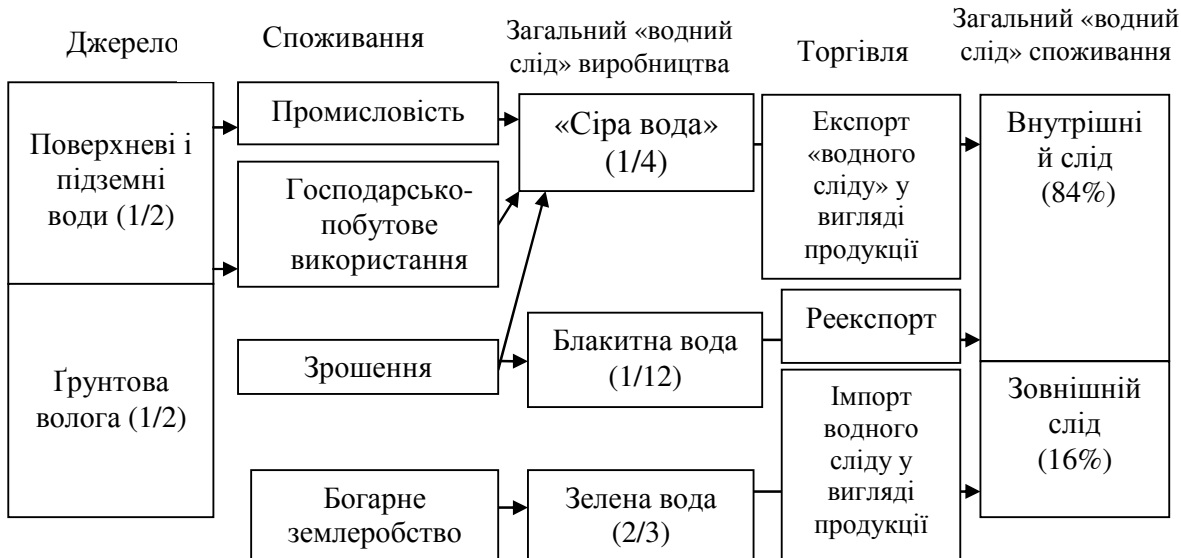


Рис. 1. Складові елементи «водного сліду»  
Джерело : [2]

Майже 60% водного сліду виробництва поглинає сільгоспвиробництво. В Україні середній показник «водного сліду» складає 1575 м<sup>3</sup>/люд/рік, в той час як середній світовий показник – 1385 м<sup>3</sup>/люд/рік. За межі країни виходить 6,7% водного сліду [2]. За величиною місцевого стоку Україна в мініатюрі нагадує планету: від зон повної забезпеченості (Закарпатська, Івано-Франківська, Чернігівська області) до «водного голоду» (менше 1 тис. м<sup>3</sup>) – 11 областей, в основному Південні і Східні регіони України. У 2013 р. аграрний сектор за 9 видами продукції спожив понад 58 млрд. м<sup>3</sup> води, що на 2 млрд. м<sup>3</sup> менше, ніж у 2009 р., внаслідок значного зменшення виробництва тваринницької продукції. Цікаво, що при цьому Україна виступає світовим донором водних ресурсів, експортуючи немало продукції, насамперед, рослинницької. Так, наприклад, у 2013 р. на її виробництво пішло майже 20 млрд. м<sup>3</sup> водних ресурсів. Тобто, Україна зберегла імпортерам 20 млрд. м<sup>3</sup> води, які вони витратили б на виробництво завезеного товару. Очевидне скорочення водних ресурсів і зростання обсягів їх використання у найближчі 10–15 років це неминуче призведе до «водного голоду», наслідки якого можуть перевищити проблеми нестачі продовольства.

Для вирішення екологічних проблем водокористування і водопостачання в Україні необхідно розробити діючий механізм водокористування та реалізації природоохоронних заходів, удосконалення існуючої системи управління, охорони та використання водних ресурсів, що створить передумови для формування продовольчої безпеки України.

#### ЛІТЕРАТУРА:

1. Соколов, В.И. Вода в 21-м веке: о культуре взаимоотношений для обеспечения водной безопасности / В.И. Соколов // Водная, энергетическая и

продовольственная безопасность в странах ВЕКЦА: проблемы и решения: Сб. научн. трудов. – Ташкент : НИЦ МКВК, 2013. – Вып. 6. – 184 с.

2. Живая планета-2008. Всемирный фонд дикой природы [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [www.wwf.ru](http://www.wwf.ru).

3. Власов, В.І. Глобальні водні ресурси та їх використання / В.І. Власов, Д.В. Власов // Вісник НАН України. – 2011. – №10. – С. 18-28.

## **ОСОБЛИВОСТІ ПРОДОВОЛЬЧОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ**

**Г.Г. Тараненко**, канд. політ. наук

*Національний університет харчових технологій*

Продовольча безпека є одним з найважливіших завдань для успішного суспільно-економічного розвитку держави. Визначається, що продовольча безпека має три сутнісні аспекти:

1) політичний – характеризує здатність держави підтримувати свій стабільний позитивний міжнародний імідж як конкурентної на аграрних зовнішніх ринках країни, забезпечувати своїм громадянам споживання повноцінних продуктів харчування відповідно до прийнятих міжнародних стандартів та норм;

2) економічний – характеризує здатність держави до мобілізації внутрішніх ресурсів і агроекономічного потенціалу країни для організації виробництва сільськогосподарської продукції та забезпечення населення продовольством;

3) соціальний – визначає зайнятість населення в аграрному секторі економіки з відповідною продуктивністю праці, її оплатою, з передбаченням повного забезпечення інфраструктурними факторами функціонування сільських районів [1, 2].

Серед причин продовольчої залежності країни виділяються: дефіцит продовольства і низький рівень платоспроможного попиту, що обумовлюють незбалансованість внутрішнього продовольчого ринку за попитом і пропозицією; залежність внутрішнього ринку від імпортних поставок продовольства; низька конкурентоздатність продукції за якістю та/або ціною при достатності продовольства власного виробництва; замкнутість внутрішнього продовольчого ринку; низька ефективність діяльності господарюючих суб'єктів в АПК; перетворення експорту продовольчої продукції на самоціль розвитку агропромислового комплексу; 7) зростання зобов'язань із покриття зовнішнього боргу при нестабільному курсі національної валюти [1, 3].

В таких обставинах кожній державі необхідно підвищувати конкурентоспроможність своєї продукції та налагоджувати необхідні економічні зв'язки для забезпечення належного рівня продовольчої безпеки для свого населення. З цієї причини серед пріоритетів реалізації Стратегії розвитку сільського господарства України дослідниками пропонується:

– забезпечення землеробства високоефективним генофондом сортів і гібридів сільськогосподарських культур;



- розробка і широке застосування постіндустріальних систем ресурсозберігаючих технологій вирощування сільськогосподарських культур;
- підвищення вимоги до якості молочної сировини;
- збільшення обсягів виробництва м'яса великої рогатої худоби;
- розвиток птахівництва на промисловій основі;
- відродження вівчарства;
- удосконалення земельних відносин, забезпечення сталого землекористування;
- забезпечення розширеного доступу безпосередніх виробників до організованих каналів збуту сільськогосподарських кооперативів [2, с. 181].

Отже, подальший розвиток інновацій, впровадження кращих міжнародних практик, налагодження ефективних багатосторонніх економічних відносин можуть стати факторами забезпечення продовольчої безпеки нашої держави.

### **ЛІТЕРАТУРА:**

1. Голікова, К.П. Продовольча безпека держави: сутність, структура та особливості її забезпечення / К.П. Голікова // Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки. – 2012. – Вип. 22, Ч. II. – С. 1-5.
2. Немченко, В.В. Продовольча безпека України / В.В. Немченко // Збірник наукових праць ВНАУ. Серія: Економічні науки. – 2012. – №4 (70), Т.2. – С. 179-183.

## **ОВОЧІВНИЦТВО В УКРАЇНІ**

**Н.О. Тіхонова**, канд. екон. наук

*Національний університет харчових технологій*

Із загальної площі земель України 60 млн. га, приблизно 42 млн. класифікується як землі сільськогосподарського призначення, які включають в себе орні землі (для круп, технічних культур, кормів, картоплі та овочів), сади, виноградники та луги і пасовища. Озима пшениця, ярий ячмінь, і кукурудза являються основними зерновими культурами країни. Соняшники і цукровий буряк основні технічні або промислові, сільськогосподарські культури.

Соціальну значущість овочів як продукту харчування важко переоцінити. Дана група продуктів харчування не тільки продовжує життя людини, але й робить його повноцінним. Основні галузі овочівництва в Україні зображено на рис. 1.

Як відомо овочі є важливим джерелом вітамінів, мікроелементів та поживних речовин. Тому дуже важливим є можливість країн и забезпечити потреби населення у свіжій, безпечній продукції, а також у консервованих овочах протягом року. Передумови вирощування та виготовлення такої продукції в Україні є.

Кліматичні умови України дозволяють вирощувати свіжі фрукти, овочі і ягоди у великій кількості та широкому асортименті. На цій основі в країні розвивається галузь переробки сільськогосподарської продукції. В останні роки

в Україні прийнято низку заходів, спрямованих на самозабезпечення населення цією продукцією. Між тим, Україна має величезний потенціал збільшення виробництва продукції як для забезпечення внутрішнього ринку, так і збільшення експорту. Але виробництво овочів є тудомістким, капіталовмістким і важким, вимагає налагодження безперебійного процесу вирощування, транспортування та продажу продукції, оскільки вона у великій свої кількості являється швидкопсувною, сезонною та вимагає правильного догляду.

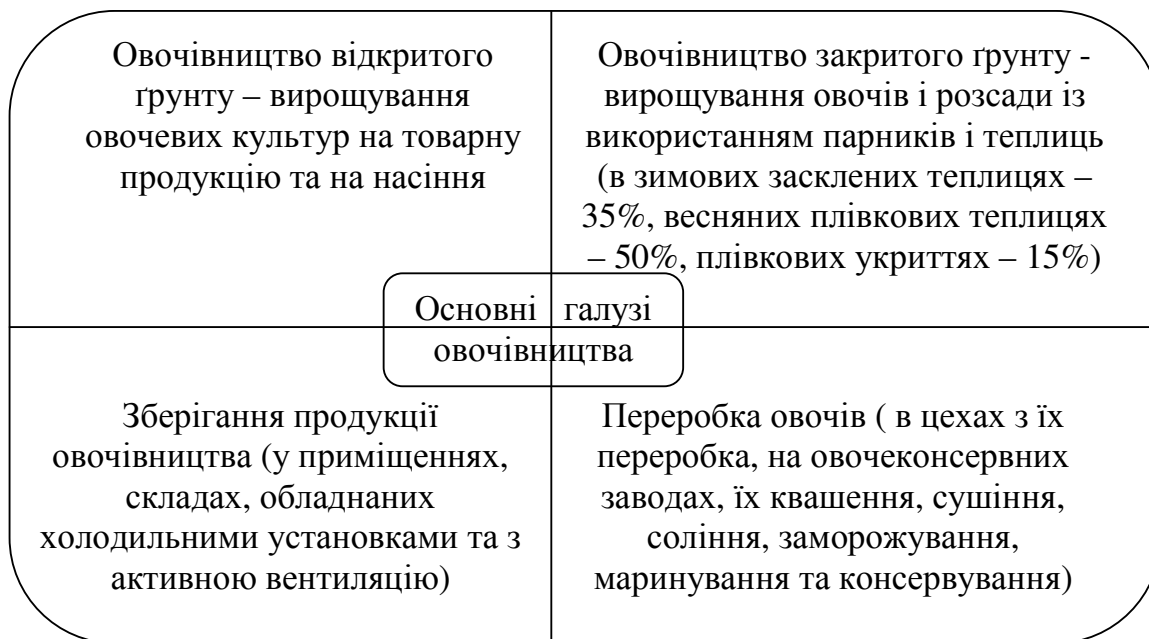


Рис. 1. Основні галузі овочівництва України

Джерело : складено автором

Споживання населення України овочевих та баштанних культур вже протягом багатьох років є достатнім і відповідає раціональній нормі споживання. Це може бути зумовлене можливістю населення вирощувати основні види овочевої продукції в домашніх умовах (огородні ділянки), відносно низькою вартістю продукції в сезон її вирощування та інше. При цьому, розглядаючи харчування населення України в комплексі, то споживання, наприклад, картоплі вважається понаднормовим і говорить про незбалансованість харчування населення, яке намагається забезпечити власні енергетичні потреби за рахунок більш економічно доступних продуктів.

Питання ефективності виробництва овочевої продукції є актуальним, оскільки вона дозволяє сформувати збалансований раціон харчування людини та забезпечити споживачів необхідними цінними вітамінами, амінокислотами та фітонцидами. Проте на перший план виходять питання не тільки кількісних характеристик продуктів харчування, а і якісних, оскільки особливо важливою є саме їхня безпечність. Тепер якість продукції, її екологічна чистота і безпека для навколишнього середовища є основними факторами конкурентоспроможності аграрного виробництва.

Гострою проблемою для овочевого підкомплексу є ресурсозабезпечення,

яке вимагає державного і господарського регулювання, а саме цінового регулювання; формування пільгового кредитування; вдосконалення податкової, бюджетної систем, амортизаційної політики. Дані заходи сприятимуть налагодженню вирощування овочевих культур, їх переробці, та продажу для забезпечення населення якісною, екологічно чистою та доступною продукцією.

#### **ЛІТЕРАТУРА:**

1. Мельничук, Д.О. Організація овочівництва. Овочівництво відкритого ґрунту [Електронний ресурс] / Д.О. Мельничук // Портал "Аграрний сектор України". – Режим доступу: <http://agroua.net/economics/documents/category-118/doc-185>.

2. Звіт про стан продовольчої безпеки України у 2012 р. [Електронний ресурс] // Міністерство економічного розвитку і торгівлі України. – 2012. – Режим доступу: <http://www.me.gov.ua/file/link/187457/file/zvit2012.doc>.

### **ДОСЛІДЖЕННЯ ПОПИТУ НА ПРОДУКТИ ХАРЧУВАННЯ**

**І.В. Федулова**, д-р екон. наук

*Національний університет харчових технологій*

В Україні дія законів попиту має свої особливості. Взагалі попит на продовольчі товари повільно зростає, хоча за основними продуктами харчування раціональні норми споживання ще далекі до досягнення, що підтверджують дані Держкомстату України. Це такі продукти як молоко, м'ясо, риба і фрукти. Але попит залежить не тільки від доходів громадян, але й ід цін на продукти, що проявляється у купівельній спроможності населення. В економічній літературі виділяють наступні фактори, що впливають на цінову еластичність попиту [1]:

1. Значимість товару для споживача. Товари, без яких споживач не може обійтися, нееластичні за ціною. Товари першої необхідності нееластичні, а предмети розкошів – еластичні.

2. Наявність і доступність товарів-субститутів. Чим більша кількість товарів-субститутів доступна споживачеві, тим еластичнішим буде попит на товар-субститут, ціна якого змінюється, і навпаки.

3. Значимість товарів-комплементів у загальній структурі споживання.

4. Фактор часу.

Наявність товарів-субститутів і товарів-комплементів в формує відповідну реакцію (чутливість) споживачів стосовно обсягу попиту на споріднені товари. Якщо ціна змінюється на один із товарів пари, то це потребує дослідження перехресної еластичності попиту. Перехресна еластичність попиту – відсоткова зміна попиту на товар при зміні на 1% ціни іншого, можливо, взаємопов'язаного з ним товару. Вона показує відсоток зсуву кривої попиту, оскільки зміна ціни на інший товар належить до нецінових чинників попиту. Перехресна еластичність попиту – це чутливість споживчого попиту на товар  $X$  до змін, що відбулися в ціні супутнього товару  $Y$ . Коефіцієнт перехресної еластичності попиту – це відношення відсоткової зміни попиту на товар  $X$  до відсоткової зміни ціни товару  $Y$ .

Перехресна еластичність інтерпретується таким чином [2]. Якщо  $E_{xy} > 0$ , то товари взаємозамінні, тобто при підвищенні ціни одного товару збільшується попит на його товар-замінник. Якщо  $E_{xy} < 0$ , то товари взаємодоповнювальні, тобто при підвищенні ціни одного товару попит на інший товар знижується. Якщо  $E_{xy} = 0$ , то товари незалежні, тобто зміна ціни на один товар не впливає на попит на інший товар.

Результати проведеного дослідження дозволили упорядкувати основні продукти харчування за такими групами: взаємодоповнювальні і взаємозамінні за трьома ступенями: низька ( $0 < E_{xy} < 1$ ), середня ( $1 < E_{xy} < 2$ ) і висока ( $E_{xy} > 2$ ). Результати подано в табл. 1.

Таблиця 1

**Інтерпретація основних продуктів харчування за коефіцієнтами перехресної еластичності**

Продукти	Значення перехресної еластичності продуктів			
	$E_{xy} < 0$	$0 < E_{xy} < 1$	$1 < E_{xy} < 2$	$E_{xy} > 2$
	взаємодоповнювальні	ступінь взаємозамінювання		
		низька	середня	висока
м'ясо	немає	молоко; цукор; хліб	риба; картопля	овочі; фрукти
молоко	немає	цукор	м'ясо; картопля; хліб	риба; овочі; фрукти
риба	немає	молоко; цукор; картопля; овочі; фрукти; хліб	немає	м'ясо
яйця	немає	молоко; цукор; хліб	м'ясо; риба; картопля	овочі; фрукти
олія	немає	немає	немає	немає
масло	немає	молоко; риба; цукор; картопля; овочі; фрукти; хліб	немає	м'ясо
цукор	немає	молоко; риба; картопля; овочі; фрукти; хліб	немає	м'ясо
картопля	риба; фрукти; хліб	немає	немає	немає
овочі	немає	молоко; цукор; хліб	м'ясо; риба; картопля	фрукти
фрукти	немає	молоко; цукор; хліб	риба; картопля	м'ясо; овочі
хліб	немає	немає	немає	немає

Овочі та фрукти являються взаємозамінними продуктами із високим ступенем взаємозамінювання для значної кількості важливих тваринних продуктів, а саме: м'ясо, молоко і яйця. Зростання цін на них визиває зростання споживання цих продуктів. Для овочів найбільшим взаємозамінним продуктом є фрукти, а для фруктів – овочі і м'ясо. М'ясо є найбільшим взаємозамінним продуктом для риби, масла, цукру і фруктів. Підвищення цін на м'ясо визиває зростання споживання цих продуктів. Риба, овочі і фрукти є найбільшими

взаємозамінним продуктами для молока і молочних продуктів. Це значить, що зростання цін на ці продукти визиває зростання попиту на молоко і молочні продукти. Взаємодоповнювальні продукти є лише для картоплі і це: риба, фрукти і хліб. Тобто підвищення цін на ці продукти сприяє зниженню попиту на картоплю.

Серед взаємозамінних продуктів і найбільшим ступенем взаємозамінювання переважно зустрічаються м'ясо і м'ясопродукти, овочі і фрукти. Це продукти, рівень фізичної достатності споживання поки що незадовільний. Тому зростання виробництва саме цих видів харчових продуктів для забезпечення продовольчої безпеки країни є найбільш важливим. Забезпечення виробництва цих продуктів із обґрунтованою ціновою політикою є найбільш актуальним для збалансованого харчування населення України.

#### ЛІТЕРАТУРА:

1. Білецька, Л.В. Економічна теорія (Політекономія. Мікроекономіка. Макроекономіка) : Навч. пос. / Білецька Л.В., Білецький О.В., Савич В.І. – [2-ге вид. перероб. та доп.]. – К. : Центр учбової літератури, 2009. – 688 с.

2. Мазур, О.Є. Ринкове ціноутворення : Навч. посібник / О.Є. Мазур. – К. : Центр учбової літератури, 2012. – 480 с.

### FOOD SECURITY AT THE NATIONAL LEVEL

**Kateryne Chala,**  
**Olena Mezhyńska-Bruy,** PhD in Economics  
*National University of Food Technologies*

Food security is a multi-faceted concept, variously defined and interpreted. At one end of the spectrum food security implies the availability of adequate supplies at a global and national level; at the other end, the concern is with adequate nutrition and well-being. In this section, issues surrounding food security at the national level are investigated first, before a review of approaches to household food security. The question of food security in intra-household relationships will not be pursued here.

The Committee on World Food Security, a body set up in 1975 by the UN World Food Conference to oversee developments in food security, adopted in the early 1980s the recognition of food security as a tripartite concept, reflecting the criteria of availability, access and stability. Similarly, the OECD suggests that food security has three dimensions: availability, access and utilization, although this source indicates that there is a tendency to characterize it in terms of availability.

The *Status Quo* indicator provides a safety net criterion, whilst the Nutrition gap indicator gives a comparison of relative well-being. In some regions, the size of food gaps is quite small relative to commercial imports, meaning that if imports grew at a slightly higher rate the projected gaps could close (for example in North Africa and in Latin America and the Caribbean).

A key difficulty in interpreting these indicators is that they make no reference to the ability of a country to meet increased import requirements. For some countries the availability of foreign exchange will be a binding constraint. Financial constraints can, however, limit the role of imports in filling the shortfall between production and

consumption in many countries. Low commodity prices, for example, may limit export earning potential.

Two indicators may prove useful in distinguishing the impact of a weak supply response in agriculture in some developing countries:

- changes in the ratio of cereal import requirements (derived in value terms as consumption requirements minus domestic production) to total agricultural export earnings;
- changes in the ratio of cereal import requirements (derived in value terms as consumption requirements minus domestic production) to total merchandise.

In economies where the agriculture sector is less flexible than in other sectors facing improved incentives, one would expect the first indicator to increase at a greater rate than the second. In assessing the potential for increased export earnings from agriculture, it is also important to determine changes not only in the total value of agricultural and merchandise trade, but in their shares of total exports and in the diversification of the export portfolio.

This brief review of potential indicators points to the fact that those capturing the ability to finance import requirements, by for example export earnings, are likely to be more robust indicators of food security than either those based on the primary indicators of price levels or price instability, or those based upon trends in stocks and flows in global cereal markets.

#### **REFERENCES:**

1. Food security: concepts and measurement [Electronic resource] / Trade reforms and food security. – Rome : Food and agriculture organization of the united nations, 2003. – URL : <http://www.fao.org/docrep/005/y4671e/y4671e06.htm>.

2. Challenges to scenario-guided adaptive action on food security under climate change [Electronic resource] / Joost M. Vervoort, Philip K. Thornton, Patti Kristjanson [etc.] // Global Environmental Change. – 2014. – №28. – P. 383-394. – URL : <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0959378014000387>.

### **ТЕНДЕНЦІЇ ФУНКЦІОНУВАННЯ ГЛОБАЛЬНОГО ЗЕРНОВОГО РИНКУ**

**І.Ю. Шатило**

*Житомирський державний технологічний університет*

Глобальний зерновий ринок динамічно розвивається. Це зумовлено зростанням попиту на таку продукцію як зі сторони населення (продукти харчування – хліб і хлібопродукти), так і з боку промисловості (переробка на етанол для моторного пального). Поряд з тим, зростає і світове виробництво зернових. Зокрема, світове виробництво пшениці в 2015-2016 рр. планується довести до 705,2 млн. т, що має бути забезпечене збільшенням пропозиції кількох великих країн-експортерів, серед яких країни Європейського Союзу, Україна та Австралія. Однак, особливість зернового ринку полягає в тому, що на цільову продукцію існує не лише значний платоспроможний, а ще й відкладений попит. Останній спричинений, окрім іншого, проблемою недоїдання значної частини незаможного населення планети, кількість якого

досягає біля 3 млрд. осіб, з яких понад 800 млн. осіб регулярно не отримують достатньої кількості продовольства.

Світова торгівля пшеницею (включаючи борошно), за прогнозами Міністерства сільського господарства США, збільшиться на майже 28 млн. т (19%) між 2014/15 і 2023/24 МР, піднявшись до рівня 177,5 млн. т. Таке зростання імпорту пшениці зосереджено на зростаючому попиті в країнах, що розвиваються. П'ятірка найбільших традиційних експортерів пшениці (США, Австралія, ЄС, Аргентина і Канада) становитимуть за прогнозами понад 60 % світової торгівлі в 2023/24 МР, у порівнянні з майже 70% протягом останнього десятиліття. Таке зниження в основному зумовлено збільшенням експорту з Росії, України та Казахстану (очікується зростання більш ніж на 50%, піднявшись до рівня 52 млн. т у 2023/24 МР, що складає дві третини прогнозованого зростання світової торгівлі пшениці).

За прогнозами ФАО у 2023 р. найбільшу частку в загальному обсязі зібраної площі займатиме фуражне зерно (34%), пшениця (23%) та олійні культури (17%). Зростання виробництва пшениці, зерна на корми та рису загалом буде відбуватися за рахунок збільшення врожайності. Також фахівці ФАО прогнозують, що США займатимуть лідируючу позицію з експорту пшениці до 2023 р. Передбачається, що ціни на пшеницю зменшаться до 270 дол. США за 1 т у 2023 р. порівняно з 284 дол. США у 2014 р. Україні прогнозуються місце в п'ятірці лідерів по виробництву пшениці, фуражного зерна та чистого експорту. Стійкість українського експорту забезпечить зростаючий попит у країнах Східної Азії взагалі та Китаю зокрема. Світове виробництво фуражного зерна прогнозується досягти 1417 млн. т до 2023 р., що на 17% більше порівняно з 2013 р.

Загальне споживання пшениці прогнозується досягти близько 774 млн. т до 2023 р. (295 млн. т у розвинених країнах та 479 млн. т у країнах, що розвиваються). Розвинуті країни продовжуватимуть постачати пшеницю та фуражне зерно в країни, що розвиваються, таким чином чистий торговельний потік зросте на 17 %. Прогнозується, що США та Канада будуть лідируючими країнами-експортерами у 2023 р. з показником 108 млн. т. Показник Російської Федерації, України та Казахстану складатиме 67 млн. т. Зростаючі позиції у розподілі зернового ринку матимуть Канада та Аргентина.

Міжнародна рада по зерну (IGC) у своєму «Прогнозі світового попиту і пропозиції до 2018/19 МР» припускає, що виробництво пшениці буде збільшуватися нешвидкими темпами. Споживання пшениці у світі буде відповідати за обсягом виробництва, тому запаси залишатимуться незмінними (183 млн. т у 2019 р.). Світова торгівля до 2018/19 МР матиме стабільне помірне зростання (близько 1,9 % щорічно), а зростання експорту до 148 млн. т на кінець прогнозу. Зростання попиту буде спричинено країнами, що розвиваються (Азії та Африки), де збільшення раціону і зростання населення буде збільшувати потребу у імпорті. Згідно з прогнозом середнє зростання виробництва буде на рівні 1,3 % у період з 2014/15 до 2018/19 рр. з досягненням урожаю на рівні 737 млн. т.

Прогноз опирається на невелике зростання посівних площ під пшеницею щороку, при цьому припускається, що середня урожайність буде майже незмінною протягом п'ятирічного періоду на рівні 32 ц/га. Світові площі під пшеницею у 2015-2016 рр. по всьому світу оцінюються у 223 млн. га. Середнє зростання посівних площ буде збільшуватися в середньому на 0,5 % у рік до 228 млн. га у 2018/19 МР. Також відмічається, що розширення площ під пшеницею обмежено через конкуренцію за доступну територію зі сторони інших культур, зокрема кукурудзи та сої. Світове споживання пшениці буде стабільно зростати у середньому на 1,4 % у рік до 738 млн. т у 2018/19 МР внаслідок збільшення споживання в якості продовольства. Це пов'язано зі зростанням населення і збільшенням попиту на душу населення, оскільки популярність продуктів з пшениці зростає і заміщує рис та кукурудзу. Очікується, що ріст продовольчого споживання пшениці досягне 497 млн. т до кінця прогнозу. Використання фуражної пшениці показує щорічний приріст на 2,7 % у досліджуваний період і досягне 150 млн. т у 2018/19 МР.

Відмітимо, що можливість підвищення врожайності земель у розвинених країнах світу є малоюмовірною: нині як в Європі, так і в США родючість земель вже дуже висока і врожайність може підвищитися тільки за рахунок генномодифікованої продукції. Відповідно, в наступні роки на світовому ринку продовольства спостерігатиметься дефіцит продовольства. Все це відкриває для українського сільського господарства багато можливостей. Тому для України ключове завдання – максимізація виробництва та проведення виваженої і системної державної політики підтримки аграрного сектору, що є невід'ємним елементом забезпечення зростання обсягів сільськогосподарського виробництва.

## **ПРОБЛЕМИ ВИРОБНИЦТВА СИРОГО МОЛОКА У КОНТЕКСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАСЕЛЕННЯ МОЛОЧНИМИ ПРОДУКТАМИ**

**Т.В. Якимчук**

*Національний університет харчових технологій*

Молочне скотарство – стратегічно важлива галузь тваринництва, яка забезпечує молокопереробні підприємства основною сировиною для виробництва необхідних для кожної людини молочних продуктів. На обсяги виробництва сирого молока сільськогосподарськими підприємствами впливають два основні фактори: кількість молочного стада та його продуктивність.

За роки незалежності України спостерігається стійка тенденція до скорочення поголів'я корів. Із-за реформування сільськогосподарських підприємств і кооперативів значно скоротилась їх кількість, а з ними скоротилась і кількість поголів'я корів. Зменшується поголів'я і у господарствах населення, що у першу чергу пов'язано зі старінням населення села, з низькими закупівельними цінами на молоко як сировину, які не виправдовують вкладену працю селянина. В результаті змін, що відбувались протягом досліджуваного періоду суттєво змінилась структура поголів'я корів



за основними категоріями господарств. Так, якщо у 1990 році співвідношення поголів'я корів у сільських підприємствах і у господарствах населення складало 73,9%:26,1%, то з 2003 року це співвідношення становить приблизно 22%:78%.

На фоні загального зменшення поголів'я корів спостерігається загальне зростання їх продуктивності, яке все ж не вирішує проблеми з виробництвом молока. Більшу увагу питанню підвищення середньорічних надоїв корів приділяли у господарствах населення, де вони були вищі, порівняно з надоями у сільськогосподарських підприємствах. Низька молочна продуктивність тварин у значній кількості сільських господарств України зумовлена насамперед недостатнім рівнем годівлі або незбалансованістю кормів, внаслідок чого останні витрачаються головним чином на підтримку життєдіяльності поголів'я, а не на формування молока. Тож, необхідно усунути помилки в утриманні корів для збільшення продуктивності існуючого стада, яке постійно зменшується. Крім того, в подальшому науковці рекомендують оновити генетичний матеріал, так як використовується племінна база майже вичерпала свій потенціал – «чорна ряба», найбільш поширена в Україні порода, спроможна давати близько 5 тис. т молока на рік [1].

Для вирішення проблем у виробництві сирого молока необхідно: продовжувати будувати нові крупні ферми, проводити реконструкцію існуючих; збільшувати продуктивність стада за рахунок придбання нових порід нетелів; впроваджувати енергозберігаючі та екологічно безпечні технології, що дозволить зменшити витрати виробленого молока та підвищити його якість.

Рішення існуючих проблем у найближчому майбутньому в значній мірі залежить від обсягів інвестицій. Останні суттєво менші, порівняно з інвестиціями у харчові підприємства, а тому на сьогоднішній день інвестиції в основні засоби не дозволили кардинально вирішити проблеми підприємств сільського господарства. За роки незалежності України обсяги виробленого молока зменшились у 2,2 рази і тільки у 2012-2013 рр. спостерігається несуттєве збільшення обсягів виробництва: у 2013 році було вироблено на 3,6% більше молока, ніж у 2011 році.

Внаслідок такого стану молочного скотарства, щороку на переробку надходить все менше молока, особливо молока необхідної якості, що є основною причиною зменшення кількості виробленої молочної продукції та морозива. Як наслідок, населення споживає недостатньо молочних продуктів. Згідно з звітом про стан продовольчої безпеки в Україні у 2013 році споживали молока та молокопродуктів 220,9 кг/особу, що становить 58% від рекомендованих МОЗ України 380 кг/особу. Крім того, дефіцит молока впливає на рівень цін на молоко та молочну продукцію, які збільшились у 2013 році, порівняно з 2012 роком. Тож, необхідно направляти цілеспрямовані зусилля на збільшення обсягів виробництва сирого молока для забезпечення населення необхідними для здорового харчування молочними продуктами, для зменшення витрати на виробництво для досягнення оптимального співвідношення між цінами на молокопродукти та доходами населення.

### **ЛІТЕРАТУРА:**

1. Лисецька, Ю.М. Аналіз стану скотарства та шляхи його покращення / Ю.М. Лисецька // Науковий вісник ЛНУВМБТ імені С.З. Гжицького. – 2012. – Т. 14, №1(51), ч. 1. – С. 420-424.

# Секція 6

## **ЕКОЛОГІЗАЦІЯ ВИРОБНИЧИХ ПРОЦЕСІВ. ПРОБЛЕМИ ЕКОЛОГІЧНОЇ РЕСТРУКТУРИЗАЦІЇ**

Голова секції – **Т.Л. Мостенська**, д-р екон. наук, проф.  
Секретар секції – **А.С. Сахненко**, асп.

Ауд. В-406



## ЕКОЛОГІЧНІ ПРОБЛЕМИ ПТАХІВНИЦТВА ТА НАПРЯМИ ЇХ ВИРІШЕННЯ

І.А. Бойко, канд. екон. наук

*Національний університет харчових технологій*

Птахівництво, як галузь тваринництва, характеризується швидкими темпами відтворення поголів'я, найменшими витратами матеріальних засобів і затратами людської праці на одиницю виробленої продукції. Продукція галузі займає важливе місце в забезпеченні населення високоякісними дієтичними продуктами харчування, оскільки м'ясо птиці має високі поживні та дієтичні властивості.

За даними Державної служби статистики України протягом 2000-2014 років поголів'я птиці зросло на 90,9 млн. гол. (73,5%) і становить на 1 січня 2015 року 214,6 млн. голів [1]. Нарощуванню поголів'я птиці сприяли законодавчі рішення та прийняті Державні й Галузеві програми розвитку сільського господарства в Україні, в тому числі й за рахунок організації і підтримки племінних птахівницьких господарств державними дотаціями [2]. Основне зростання поголів'я птиці відбулося за рахунок укрупнення існуючих і побудови нових птахофабрик. Кількість птиці в населення упродовж досліджуваного періоду поступово зменшилась, в той час як у сільськогосподарських підприємствах кількість поголів'я зростає і у 2014 році становила 56,9% від усього поголів'я.

Виробничі процеси в промисловому виробництві пов'язані із забрудненням навколишнього середовища та утворенням великої кількості відходів. Основними небезпечними відходами у птахівництві є утворення гною (посліду). На великих комплексах накопичується досить значна маса гною (посліду), зокрема на птахофабриках із поголів'ям 5 млн. птахів на рік обсяги утворення посліду становлять приблизно 35 тис. т.[5]

За деякими розрахунками, річний вихід посліду в птахівницьких господарствах України складає близько 4,7 млн. тонн [4]. На сьогоднішній день пташиний послід часто виступає джерелом забруднення повітряного середовища, ґрунтів, водоймищ та підземних вод токсичними речовинами, розповсюдження хвороботворних мікроорганізмів, насіння бур'янів, яєць та личинок гельмінтів і мух. Під його складування та зберігання з господарського обороту вилучаються великі площі сільгоспугідь.

Відомо чимало способів переробки пташиного посліду, які мають свої переваги та недоліки, основні з яких такі [4]:

- використання як добрива в необробленому вигляді або після зберігання в послідосховищах;
- компостування: звичайне або прискорене;
- вермікомпостування;
- використання посліду для отримання біогазу;
- високотемпературна сушка;

- переробка методом екструдювання та гранулювання;
- пряме спалювання посліду для отримання теплової енергії;
- спалювання посліду для отримання тепла та електроенергії.

У світовій практиці все більше уваги приділяється використанню технологій анаеробного зброджування для утилізації посліду, тобто використання біогазових установок.

Станом на 2013 рік в Україні діяло шість біогазових установок на підприємствах тваринництва, при цьому лише одна в птахівництві (птахофабрика «Оріль-Лідер»).

Навесні 2012 року «Миронівський хлібопродукт» розпочав роботи з будівництва першої біогазової станції на птахофабриці «Оріль-Лідер». У 2013 році була запущена в експлуатацію біогазова станція, потужність якої склала 5 МВт. Це перша в Європі біогазова станція такої потужності та рівня технологій, що працює на курячому посліді і відходах комплексу з переробки курчат-бройлерів [3].

В результаті щорічно станція буде виробляти 30,4 млн. кВт·год електроенергії при власному споживанні «Оріль-Лідер» на рівні 21 млн. кВт·год. Залишки електроенергії будуть реалізовуватися на ринок [3]. Крім електроенергії та тепла, станція забезпечує виробництво 20 тис. тонн твердих органічних добрив і 240 тис. тонн рідких органічних добрив на рік. Це дозволить повністю забезпечити екологічно чистими органічними добривами «Оріль-Лідер», який має в своєму розпорядженні близько 3 тис. га землі.

МХП інвестував в будівництво біогазової станції на «Оріль-Лідер» 15 млн. доларів США. За розрахунками холдингу, термін окупності проекту становить 4 роки (при врахуванні «зеленого» тарифу на електроенергію з біогазу – 3 роки). В подальшому планується впровадження біогазових станцій на інших птахофабриках холдингу. Крім Миронівського хлібопродукту, аграрний холдинг Укрландфармінг планує на двох птахофабриках «Авангард» впровадити енергетичний комплекс з утилізації курячого посліду, який дозволить ефективно використовувати існуючий вторинний енергетичний ресурс (послід) для виробництва електричної та теплової енергії. Вартість проекту становить 85 млн. дол. США.

Перепонами для широкого використання біогазових установок є значні початкові інвестиції й непривабливі терміни окупності проекту. Крім того, експерти відзначають, що впровадження біогазових технологій є економічно доцільним лише в рамках виробництва продукції і рослинництва, і тваринництва.

#### **ЛІТЕРАТУРА:**

1. Державний комітет статистики України [Електронний ресурс] / Офіційний сайт. – Режим доступу : <http://ukrstat.gov.ua>
2. Іщенко, Ю.Б. Птахівництво України [Аналітичний огляд] / Ю.Б. Іщенко. – Харків, 2013. – 74 с.
3. Миронівський хлібопродукт [Електронний ресурс] / Офіційний сайт – Режим доступу : <http://www.mhp.com.ua>.
4. Пташиний послід : вихід, хімічний склад та основні способи переробки

[Електронний ресурс] / Державна дослідна станція птахівництва Національної академії аграрних наук України. – Режим доступу : [http://avianua.com/ua/index.php/stattu\\_po\\_pticevodstvu/12-statti\\_tehnologiya\\_pticevodstva/40-ptashinij-poslid-himichnyj-sklad](http://avianua.com/ua/index.php/stattu_po_pticevodstvu/12-statti_tehnologiya_pticevodstva/40-ptashinij-poslid-himichnyj-sklad)

5. Розвиток тваринництва в Україні : проблеми та рекомендації [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://necu.org.ua/rozvytok-tvarynnytstva-v-ukrayini-problemy-ta-rekomendatsiyi>.

## **ВПЛИВ НА ОТОЧУЮЧЕ СЕРЕДОВИЩЕ СИРОВАТКИ ЯК ПОБІЧНОГО ПРОДУКТУ МОЛОЧНОГО ВИРОБНИЦТВА**

**Т.Г. Мостенська**

*Національний університет харчових технологій*

Молочна сироватка – природний побічний продукт, який виникає при виробництві молочних продуктів. Протягом багатьох років вона вважалася проблемним продуктом, що не має комерційної вартості. Проте останнім часом сироватку почали переробляти і використовувати у різних видах: суха, концентрована тощо.

Проблема використання МС виникла на початку промислового виробництва кисломолочного сиру, твердого сиру та казеїну. При виробництві цих молочних продуктів маса сироватки складає 80-90% від маси молока, що спрямовується на переробку. У МС міститься 50% сухих речовин молока, що включають до 250 різних сполук (у т. ч. азотисті, мікро- і макросполуки, молочний жир, мінеральні солі, лактоза, вітаміни, ферменти, органічні кислоти). Поряд із поживною цінністю МС, продукти із неї мають дієтичне, і навіть лікувальне значення [1].

Традиційні способи розділення молока, засновані на біотехнології (закваски, ферменти) та використання хімічних реагентів (кислоти, луги, солі), забезпечують отримання підсирної (солодкої), сирної (кислої) і казеїнової сироватки. Ступінь переходу основних компонентів молока в МС визначається, головним чином, технологією виробництва. Склад і властивості молочної сироватки обумовлені видом основного молочного продукту, що одержується (твердий сир, кисломолочний сир, казеїн тощо), особливостями технології його отримання та апаратурним оформленням процесу [2].

Різні види МС відрізняються вмістом лактози, білків, пептидів, амінокислот, вітамінів, тому являють собою різне середовище для молочнокислих бактерій. Кількість жиру в МС залежить від його кількості у вхідній сировині і технології вироблення молочного продукту. Жир у МС диспергований більше, ніж у молоці. Це позитивно впливає на біохімічні процеси, що відбуваються в організмі людини і тварин.

Мінеральний склад МС різноманітний. У неї переходять практично всі солі та мікроелементи молока, а також солі, що вводяться при одержанні готового продукту, та з'єднанні з поверхнею обладнання. У МС переходять водо- та жиророзчинні вітаміни молока. З органічних кислот виявлені молочна, лимонна, нуклеїнова і летючі жирні кислоти – оцтова, мурашина, пропіонова,

масляна. Жир МС тонкодиспергований, що обумовлює його повне засвоєння стінками шлунка. МС – низькокалорійний продукт [2].

Існують декілька способів переробки МС: теплові; відцентрові; консервування; біологічні; мембранні. Їх використання визначається призначенням продукту, можливостями підприємства та економічними міркуваннями [3].

Аналіз вітчизняних і закордонних літературних джерел показує, що проблема раціонального використання молочної сироватки цілком не вирішена в жодній країні світу і нерозривно пов'язана із проблемою охорони навколишнього середовища. За даними міжнародної молочної федерації (ММФ), до 50% молочної сироватки зливається в каналізацію. Виявилося, що при вмісті у стічних водах понад 10% молочної сироватки відбувається пригнічення росту багатьох сільськогосподарських культур. Крім того, через досить високе значення активної кислотності сироватки (рН 4,9) в разі її надходження у навколишнє середовище спостерігається значне закислення ґрунтів і загибель мікрофлори [4].

В силу того, що сироватка містить значну кількість корисних речовин, готові продукти із сироватки реалізуються для збагачення харчових продуктів, у тому числі для збільшення вмісту білку у молочних продуктах, а промислова переробка сироватки дозволяє вирішити одночасно декілька проблем: використання вторинної сировини, зменшення навантаження на навколишнє середовище, покращення якості харчування. Із сироватки виготовляють такі продукти: сироватка демінералізована; згущені молочні продукти; лактоза, лактулоза; глюкозо-галактозні сиропи; напої на основі сироватки; замінники жіночого молока; продукти дитячого харчування; суміші для морозива

За кордоном на основі глибокої переробки сироватки випускають широкий асортимент продуктів для ентерального харчування, які забезпечують підтримання та реабілітацію харчового статусу здорових та хворих людей [5].

Золотоношський завод, який входить до групи «Молочний альянс» [6] буде виробляти високодемінералізовану сироватку. Для реалізації проекту з виробництва високодемінералізованої сироватки було закуплено обладнання та налагоджена технологія. Сума вкладених інвестицій – 1,5 млн. євро. Крім вирішення питань використання вторинної сировини для виробництва продукції, підприємство вирішує питання створення додаткових робочих місць.

Суша сироватка буде постачатись у Китай для виробництва продуктів дитячого харчування.

#### ЛІТЕРАТУРА:

1. Переработка отходов молочного производства [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.milkbranch.ru/publ/view/205.html>.

2. Храмцов, А.Г. Молочная сывортка / А.Г. Храмцов. – М. : Агропромиздат, 1990. – 240 с.

3. Храмцов, А.Г. Технология продуктов из молочной сывортки / А.Г. Храмцов, П.Г. Нестеренко. – М. : ДеЛи принт, 2004. – 587 с.

4. Гуць, В.С. Раціональне використання вторинних сировинних ресурсів молочної і зернопереробної промисловості / В.С. Гуць, О. А. Топчій,



К.П. Неліна // Харчова промисловість. – 2005. – №4. – С. 13-15.

5. The Importance of Whey and Whey Components in Food and Nutrition. – Munich. – 2001.

6. Група компаній «Молочний альянс» [Електронний ресурс] / Офіційний сайт. – Режим доступу : [milkalliance.com.ua](http://milkalliance.com.ua).

## **МІНІМІЗАЦІЯ ЕКОЛОГІЧНИХ РИЗИКІВ ПРИ ВИРОБНИЦТВІ МОЛОЧНИХ ПРОДУКТІВ**

**Т.Л. Мостенська**, д-р екон. наук,

**О.С. Ралко**, канд. екон. наук

*Національний університет харчових технологій*

На зборах Ради директорів Європейського банку реконструкції та розвитку у травні 2014 року було вчергове розглянуто питання екологічного та соціального розвитку, де було зазначено, що діяльність банку повинна сприяти екологічно безпечному та сталому розвитку. Банк вважає, що екологічна та соціальна стійкість є фундаментальним аспектом, тому його діяльність повинна спрямовуватись на вирішення екологічних та соціальних проблем і мінімізацію наслідків впровадження проектів, які ним фінансуються.

З огляду на це ЄБРР при впровадженні проектів орієнтується на визначену політику і висуває наступні вимоги:

- установка стратегічної мети з просування проектів з високими екологічними та соціальними вигодами;
- врахування міркувань екологічної та соціальної стійкості у всіх заходах [1].

Для зменшення тиску на оточуюче середовище і реалізацію політики екологічного та соціального розвитку Європейський банк реконструкції та розвитку видав Керівництво по екологічних та соціальних питаннях по галузях: молочна промисловість, в якому розглянуто виробництво молочних продуктів з позиції забруднення оточуючого середовища та впровадження заходів з мінімізації негативних впливів [2].

Екологічними загрозами при виробництві молочних продуктів, що пов'язано із переробленням молока-сировини, виступають: забруднення стічних вод; викиди в атмосферу та тверді відходи (рис. 1).

Заходи, які необхідно вжити для охорони навколишнього середовища:

- забезпечення використання упаковки, яка підлягає поверненню або переробці;
- посилений моніторинг та контроль за скидом стічних вод;
- збір відходів для використання в продукції більш низького класу, такий як корм для тварин;
- установка (або модернізація) очисних споруд;
- оптимізація використання води та миючих засобів; рециркуляція охолоджуючої води;
- поділ технологічних, охолоджуючих і санітарних стоків для направлення стічних вод на переробку;

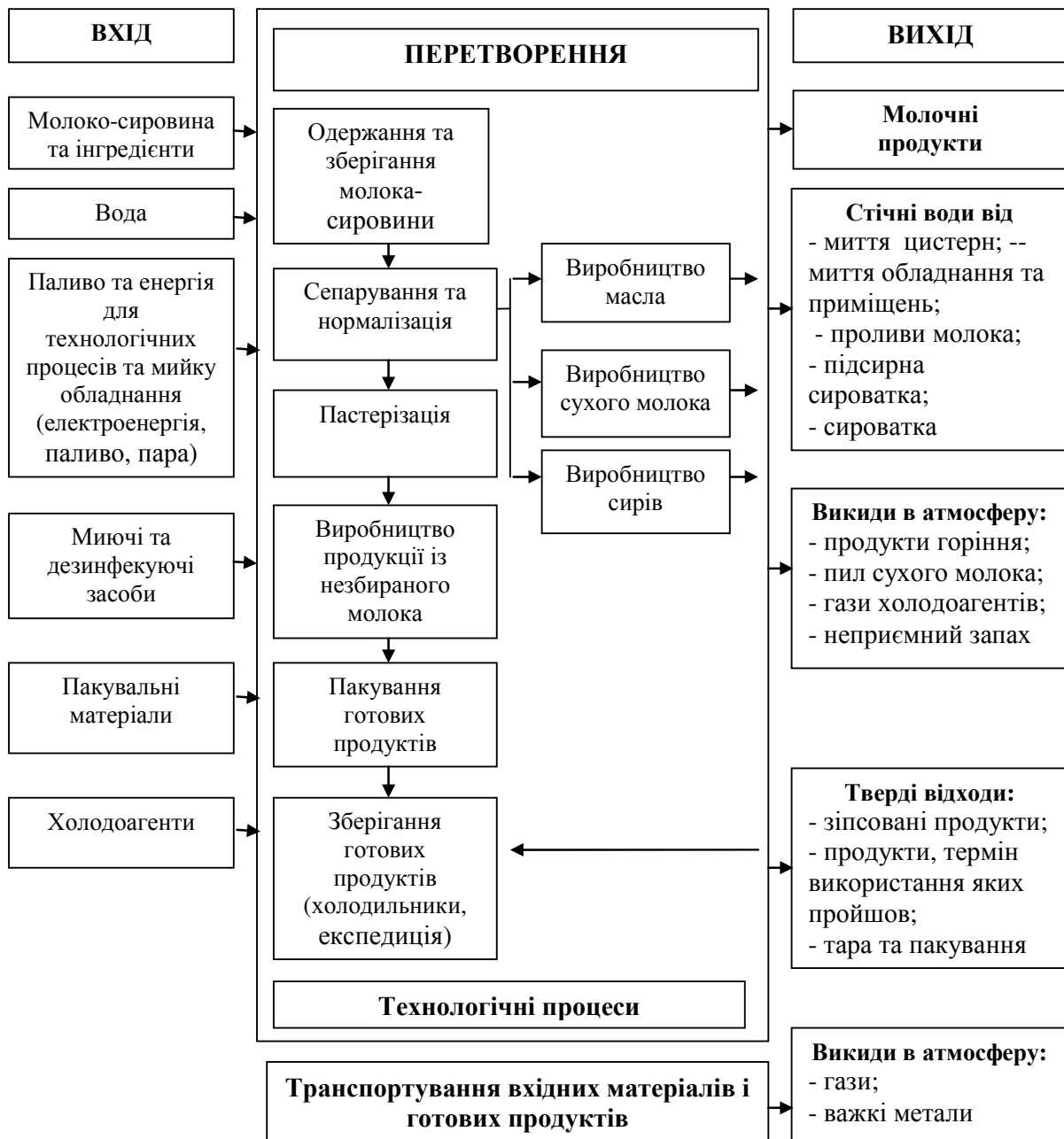


Рис. 1. Екологічні загрози в процесі виробництва молочних продуктів  
Джерело : удосконалено автором за [2]

- використання кранів з автоматичними запірними клапанами, а також використання шлангів високого тиску для мінімізації витрат води;
- рекуперація енергії за допомогою теплообмінників для охолодження та конденсації;
- ізоляція холодильних камер; розгляд варіанту використання автоматичних доводчиків дверей та сигналізації, щоб двері холодильної камери не залишалися відкритими;
- впровадження процедур, які передбачають регулярні огляди зливової каналізації та каналізаційної мережі для забруднених стоків, каналізаційних колодязів, жируловлювачів, колекторів стічних вод тощо;

- впровадження безпечних, гігієнічних, що не вимагають очищення і мінімізують ручну працю, систем управління відходами;
- надійні процедури управління відходами для дотримання санітарних норм;
- розгляд переходу на холодоагенти, які не містять хлорфторвуглеців ХФВ та / або ліквідація витоків у системі охолодження;
- постійний відбір проб і безперервний моніторинг основних виробничих параметрів з метою виявлення і скорочення виробничих втрат, і, як наслідок, скорочення кількості відходів, енерго- і водоспоживання.

Вирішення цих питань дозволить зменшити негативний вплив на оточуюче середовище та забезпечити ефективну діяльність молочних підприємств.

#### **ЛІТЕРАТУРА:**

1. The European Bank for Reconstruction and Development: Environmental and social policy [Electronic resource] // The Meeting of The Board of Directors: 7 May 2014. – URL : <http://www.ebrd.com/downloads/research/policies/esp-final.pdf>.
2. Керівництво по екологічних та соціальних питаннях по галузях: молочна промисловість. ЄБРР [Електронний ресурс]. – Режим доступу <http://www.ebrd.com/downloads/policies/environmental/dairy.pdf>.

### **ПРО АКТУАЛЬНІСТЬ ПЕРЕХОДУ ДО ЕКОЛОГІЧНО ЧИСТОГО ВИРОБНИЦТВА В УКРАЇНІ**

**Н.М. Салатюк**, канд. екон. наук

*Національний університет харчових технологій*

Сучасну екологічну ситуацію в Україні експерти характеризують як не просто складну, а як кризову, що сформувалася внаслідок технологічної відсталості ряду галузей, високої енерго- та матеріаломісткості вітчизняної економіки, низького рівня переробки сировини, фізичної спрацьованості основних фондів на більшості підприємств України, що зумовлює надмірне забруднення довкілля і негативно впливає на природно-ресурсний потенціал країни, погіршує здоров'я і знижує тривалість життя населення.

Для забезпечення виходу з екологічної кризи та переходу до сталого економічного розвитку необхідне впровадження і розвиток екологічно чистого виробництва в усіх галузях економіки на основі загальнодержавної програми стратегічного соціально-економічного розвитку України та її регіонів на довгостроковий період (15-25 років). Ця державна програма повинна визначити шляхи комплексного вирішення екологічних та економічних проблем, забезпечити передумови створення ефективної системи сприяння впровадженню суб'єктами господарювання стратегії та методів екологічно чистого виробництва.

Економічними інструментами екологізації виробництва являється: гнучка податкова та цінова політика, пільгове кредитування, стимулююча система платежів за використані природні ресурси, бюджетне та альтернативне фінансування, адресне державне субсидування, компенсаційні та стимулюючі

виплати за вилучення орних земель з господарського обігу та їх наступне повернення, а також раціональне використання і відновлення водних і лісових ресурсів, стимулювання розвитку екологічно чистого виробництва (малого та середнього) та відповідних послуг.

Українськими вченими розроблено проект «Національної концепції впровадження та розвитку екологічно чистого виробництва в Україні», який повинен схвалити найближчим часом уряд України [1]. В основних засадах Концепції задекларовано базовий принцип попереджувального підходу до розв'язання екологічних проблем: він полягає в упровадженні екологічного удосконалення технологій виробництва з одночасним отриманням економічного прибутку, а не в інвестуванні додаткових коштів у технології з уловлювання забруднювальних речовин і утилізації відходів. За його використання навіть невеликі інвестиції забезпечують значну економію. Попереджувальний підхід включає в себе оптимізацію виробничих процесів, застосування енергозберігаючих технологій, використання екологічно чистішої сировини, зменшення обсягів утворених і застосовуваних токсичних і небезпечних речовин, упровадження мало- та безвідхідних технологій.

Ця стратегія є однією з найоптимальніших в умовах ринкової економіки, оскільки забезпечує подвійний вигравш: з одного боку, відбувається покращення стану довкілля за рахунок удосконалення технологій підвищення якості продукції, з другого – зменшення рівня забруднення.

Основне завдання розвитку екологічно чистого виробництва – це забезпечення раціонального та бережливого використання природних ресурсів, зниження ризику для здоров'я людей і довкілля.

Організаційно-економічний механізм переходу до впровадження і розвитку екологічно чистого виробництва вимагає:

- державного регулювання процесу впровадження і розвитку екологічно чистого виробництва, раціонального використання можливостей економіки держави, особливо її фінансових ресурсів, виробничого, науково-технічного та інтелектуального потенціалу;

- визначення суспільних пріоритетів при здійсненні процесу переходу до впровадження й розвитку екологічно чистого виробництва та їх інтеграції з програмами соціально-економічного розвитку регіонів;

- поєднання державного впливу з ринковими формами управління, стимулювання якісних змін шляхом пріоритетного фінансування, кредитування, матеріально-технічного, валютного, інформаційного забезпечення пріоритетів впровадження і розвитку екологічно чистого виробництва;

- введення спеціального економіко-екологічного моніторингу процесу переходу до екологічно чистого виробництва.

Проект визначає три етапи реалізації даної концепції:

- на першому етапі (2-3 роки) уряду треба підготувати нормативно-правову та технологічну базу, затвердити реальний план дій щодо стратегії впровадження екологічно чистого виробництва в різних галузях і секторах виробництва;

– на другому етапі (5-6 років) треба забезпечити: тиражування найбільш екологічно ефективних технологій; розробку та законодавче закріплення механізму економічного заохочування виробників, що застосовують чисте виробництво; організацію підготовки та перепідготовки спеціалістів у сфері впровадження екологічно чистого виробництва.

– на третьому етапі передбачається забезпечити широке застосування інструментів і механізмів реалізації екологічно чистого виробництва.

#### **ЛІТЕРАТУРА:**

1. Проект національної концепції впровадження та розвитку екологічно чистого виробництва в Україні // Економіка України. – 2014. – №11.

### **ОБҐРУНТУВАННЯ ДОЦІЛЬНОСТІ ВКЛЮЧЕННЯ ПИТНОЇ ВОДИ ДО СПОЖИВЧОГО КОШИКУ УКРАЇНИ**

**А.С. Сахненко**

*Національний університет харчових технологій*

Однією з основних фізіологічних потреб людини є потреба у достатній кількості питної води. Воду людина споживає і як окремий продукт харчування, і як компонент продовольчих товарів. Зважаючи на багатофункціональність води та її значення для підтримання життя та здоров'я людини, питання її ролі у гарантуванні продовольчої безпеки та включення до споживчого кошику набуває особливої актуальності.

Прогнозні ресурси підземних вод питної якості становлять 22,5 млрд. куб. метрів на рік і розподілені на території України вкрай нерівномірно. Слід зазначити, що поверхневі води України є (відповідно до методу оцінки якості) дуже забрудненими. Значна частина населення в Україні використовує для своїх повсякденних потреб неякісну воду, що загрожує здоров'ю нації. Жителі 800 сіл користуються привізною питною водою [2].

Вода, як поняття є різностороннім та багатофункціональним з точки зору життєдіяльності людини. Усі її характеристики за масштабом впливу чи дії можна поділити на ті, що стосуються безпосередньо людини, і характеризують воду як продукт харчування, або на загальні (глобальні).

Що стосується безпосередньо людини, то:

1. Вода виступає самостійним продуктом харчування (питна вода).
2. Поряд з органічними елементами (білками, жирами, вуглеводами тощо) як неорганічна складова формує середовище життя клітин, підтримує зв'язки між ними.
3. Виступає основою всіх рідин в організмі (крові, лімфи, травних соків), виводить з нього непотрібні і шкідливі продукти, бере участь в обміні речовин.
4. Використовується для приготування їжі (продуктів харчування) як у домашніх умовах, так і в харчовій промисловості.
5. Є незамінним засобом гігієни людини.

У глобальному масштабі вода відіграє значну роль у підтриманні життя на Землі, формуванні клімату і погоди, застосовується для поливу і зрошення під час вирощування сільськогосподарських культур, має неабияке технічне

значення, оскільки застосовується в багатьох галузях національного господарства. Також вода несе загрозу людству через можливі повені, посухи, забруднення тощо.

Так як вода в організм людини потрапляє у вигляді окремого продукту харчування і складової продуктів харчування, то автором пропонується розглянути використання води з двох точок зору, які безпосередньо пов'язані із забезпечення продовольчої безпеки в країні:

1. Використання води домогосподарствами (питна вода, вода для приготування їжі тощо).

2. Використання води для виробництва продуктів харчування.

Питна вода – найважливіший харчовий продукт. Сьогодні населення України в основному споживають бутильовану або фільтровану, а не водопровідну воду, оскільки вода повинна відповідати всім вимогам харчового продукту.

Вода питна – вода, яка за органолептичними властивостями, хімічним і мікробіологічним складом та радіологічними показниками відповідає державним стандартам та санітарному законодавству [1].

Порівняно із 2000 роком, в якому було складено споживчий кошук, використання бутильованої питної води зазнало значних змін. Якщо раніше люди і не замислювались над тим, що питну воду слід купувати в магазині, то зараз дивним є споживання води з водопроводу. За результатами дослідження, проведеного міжнародною дослідницькою компанією Nielsen і оприлюдненого компанією IDS Group Ukraine, у 2012 році споживання бутильованої води у розрахунку на одного українця склало 42,3 л, що на 2,8 л більше показника попереднього року [2]. Про це свідчить і тенденція збільшення виробництва води (табл. 1).

*Таблиця 1*

**Виробництво мінеральної води 2003-2012 рр., млн. дал**

Показник	Води натуральні мінеральні негазовані	Води натуральні мінеральні газовані
2003	6,5	79,3
2004	7,7	77,3
2005	14,8	100
2006	15,7	115
2007	30,5	130
2008	35,4	120
2009	28,5	102
2010	31,4	112
2011	33,6	99,1
2012	38,8	97,1
Відносне відхилення, % (2003/2012)	16,75	81,67

Джерело : складено автором за даними [3].

Серед основних тенденцій слід зазначити скорочення частки виробництва газованої і збільшення виробництва негазованої води. Це зумовлено тим, що протягом останніх років все більше українських споживачів надають перевагу у споживанні саме останній.

В даний час при вирішенні питання про необхідність скорочення споживання водних ресурсів використовується термін "віртуальна вода", який означає ту кількість прісної води, яка реально витрачається для задоволення потреб споживачів. Тобто віртуальною водою можна назвати об'єм води, наявний в харчових продуктах або необхідний для їх виробництва.

З точки зору задоволення потреб постійно зростаючого населення стає важливим запровадження конкретних заходів, щодо економії та збереження водних ресурсів землі. Вони мають бути спрямовані на раціональне використання такого унікального природного ресурсу, як вода, що в свою чергу матиме вплив на забезпечення продовольчої безпеки у всьому світі.

Отже, у зв'язку із загострення питання забезпечення населення якісною питною водою на достатньому рівні і сучасними змінами у структурі споживання бутильованої питної води, вважається необхідним внесення показника питної води окремим пунктом до споживчого кошику українця.

#### **ЛІТЕРАТУРА:**

1. Закон України «Про питну воду та водопостачання» №2918-III від 10 січня 2002 року (в редакції від 16 жовтня 2012 року №5459-V) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2918-14>.

2. IDS group of Ukraine [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ids.ua>.

3. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.

### **ДЕЯКІ ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ВИРОБНИЦТВА ЕКОЛОГІЧНО ЧИСТОЇ ХАРЧОВОЇ ПРОДУКЦІЇ**

**Г.М. Тарасюк**, д-р екон. наук

*Житомирський державний технологічний університет*

В сучасних тенденціях глобалізації, перспективними для України є західні європейські ринки, для яких характерними є стандарти екологічно чистої їжі. Наша країна має величезний потенціал для виробництва органічних продуктів харчування та органічного землеробства. В даний час в Україні спостерігається збільшення культури споживання продуктів харчування та підвищення інтересу до їх якості.

Екологічне маркування стало необхідним для просування на світовому та європейському ринках. На сьогоднішній день більше 30 країн запровадили відповідні знаки маркування в практичному використанні, серед них країни ЄС, США, Австралія, Японія та інші. Але, на жаль, за 10 років існування екологічного маркування по всій Україні лише 23 організації займаються виробництвом такої харчової продукції. При цьому не одного виробника із Житомирської області серед цього списку немає [1].

Потенціал підприємств харчової промисловості необхідно розглядати як цілісну виробничу систему, починаючи від сировинної бази і закінчуючи якістю готової продукції, умовами її реалізації. Аналіз потенціалу підприємств харчової промисловості України по виробництву екологічно чистої продукції на прикладі підприємств Житомирської області дозволив виділити основні проблеми, складові перепони в цій сфері [2]. Це перш за все: високий рівень зносу основних засобів підприємств; відсутність дієвого контролю по всьому виробничому ланцюгу і на всіх етапах життєвого циклу виробництва продукції (починаючи з вирощування сировини і закінчуючи каналами збуту); нездатність частини населення нашої країни сприйняти необхідність виробництва і споживання екологічно чистої продукції; наявність екологічних проблем в Україні та Житомирській області, слабка участь держави у вирішенні цієї проблеми; недосконалість екологічного законодавства в Україні, наприклад екологічні стандарти ISO носять тільки рекомендаційний характер.

20 вересня 2015 року набере чинності закон «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів». Цей закон часто називають євроінтеграційним, оскільки він побудований на принципах та вимогах до безпечності харчових продуктів, які діють в ЄС.

Європейська система безпечності харчових продуктів визнана однією з найкращих в світі, а європейський споживач є найбільш захищеним. Водночас харчове законодавство ЄС є прикладом осмисленого підходу, що враховує інтереси всіх, хто пов'язаний з ринком харчових продуктів [3]. За новим підходом контролюватися буде весь ланцюг виробництва харчового продукту. Це дозволить виявити загрозу на ранньому етапі та запобігти виробництву небезпечного продукту та, відповідно, потраплянню такого продукту до споживача. На законодавчому рівні це закріплено у формі вимоги обов'язкового запровадження системи управління безпечності харчових продуктів на принципах ХАССП (лат. НАССР). Контроль за безпечністю харчових продуктів здійснюватиме лише один державний орган. В законі є ряд інших позитивних нововведень.

Для того щоб ця система запрацювала, гарантуючи кращий захист споживачу та підтримуючи виробників харчової продукції, необхідно забезпечити імплементацію законодавства, задля реалізації головної відмінності нової системи від діючої – чіткого закріплення відповідальності оператора ринку в межах своєї діяльності за недотримання вимог законодавства про безпечність харчових продуктів.

#### **ЛІТЕРАТУРА:**

1. Орган екологічної сертифікації та маркування [Електронний ресурс] / Офіційний сайт. – 11.03.2015. – Режим доступу : <http://www.ecolabel.org.ua>.

2. Теоретичні та прикладні аспекти оцінки конкурентоспроможності молокопереробних підприємств на молочному ринку України [Електронний ресурс] / Сергій Шкарлет, Галина Тарасюк, Варвара Балковська, Ольга Погайдак // Соціально-економічні проблеми і держава. – 2014. – Вип. 2 (11). – С. 104-118. – Режим доступу до журн. : <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2014/14ssamru.pdf>.



3. Дожити до вересня. Що зміниться з новим законом про харчову безпеку? [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.eurointegration.com.ua/articles/2015/02/3/7030396>.

## **ЕКОЛОГІЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ПІДПРИЄМСТВ**

**І.В. Федулова**, д-р екон. наук

*Національний університет харчових технологій*

Екологічний менеджмент є частиною щоденної менеджерської праці на підприємстві. Завдяки йому є можливість постійно вдосконалювати екологічну та економічну діяльність, зменшувати ризики для навколишнього середовища, для здоров'я й безпеки працівників, а також скорочувати витрати. Екологічний менеджмент допомагає вирішувати екологічні проблеми, пов'язані з наданням послуг, з виробництвом продукції в різних сферах діяльності відповідно до обраних підприємством цілей та напрямків розвитку. Підприємство, впроваджуючи екологічний менеджмент, систематично приділяє увагу екологічним проблемам, що виникають у результаті його діяльності, та безперервно працює над удосконаленням своєї діяльності, пов'язаної з впливом на навколишнє середовище (виробничі процеси, послуги та продукти).

Екологічний менеджмент – це частина загальної системи управління, що охоплює організаційну структуру, діяльність щодо планування, розподілу відповідальності, практичну роботу, процедури, процеси й ресурси для розробки, впровадження, досягнення цілей, оцінки досягнутого в рамках реалізації екологічної політики [1].

Предметом екологічного менеджменту є природоохоронні й ресурсозберігаючі (екологічні) аспекти діяльності підприємства (організації), виробнича продукція та послуги. Завдання екологічного менеджменту: обґрунтування екологічної політики та зобов'язань; планування екологічної діяльності; організація внутрішньої і зовнішньої природоохоронної та ресурсозберігаючої діяльності; управління персоналом; управління впливом господарської діяльності на навколишнє природне середовище та використання ресурсів; проведення внутрішнього екологічного моніторингу та контролю; аналіз та оцінка результатів економічної діяльності; перегляд та вдосконалення системи екологічного менеджменту.

Принципи екологічного менеджменту [2]:

1. Екологічне мотивування діяльності. Переважне використання засобів мотивування, спрямованих на вирішення екологічних проблем. Адміністративні або суцільно організаційні засоби керування, як свідчить практика, малоефективні.

2. Випередження в рішенні проблем. В екології багато процесів занадто швидко стають незворотними. Весь інструмент екологічного менеджменту повинен бути орієнтований на запобіжні заходи виникнення кризових ситуацій. Це певною мірою повинне проявлятися в будь-якому управлінні, але для екологічного менеджменту такий підхід є найбільш важливим.

3. Цілеспрямованість, своєчасність та послідовність. Екологічний

менеджмент не може бути ефективним, якщо він здійснюється за “розмитими” й невизначеними цілям без чіткої стратегії, послідовності та своєчасності вирішення задач. Ціль екологічного менеджменту повинна включати ті компоненти, які відбивають проблеми екології й погоджують їх у системі загальних проблем розвитку виробництва.

4. Професіоналізм. Полягає в необхідності спеціальної підготовки менеджерів, оперуванні знаннями в галузі екології. Професійна підготовка дає діючі установки управління й виділення пріоритетів. Саме цього нам на сьогодні катастрофічно не вистачає.

5. Відповідальність. У сучасному управлінні нерозвинена система відповідальності за екологічні наслідки.

Основу методів екологічного менеджменту становлять: екологічний баланс, екологічний контролінг, екологічний облік та екологічний аудит, а також управління якістю навколишнього природного середовища.

#### **ЛІТЕРАТУРА:**

1. Пахомова, Н.В. Экологический менеджмент : Практические упражнения / Н.В. Пахомова, А. Андерс, К. Рихтер. – СПб. : Питер, 2003. – 544 с.

2. Олефіренко, О. Екологічний менеджмент як основа сталого розвитку / О. Олефіренко // Ефективність державного управління : Збір. наук. праць. – 2013. – Вип. 36. – С. 82-89.

### **РЕСТРУКТУРИЗАЦІЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ГАЛУЗІ ПИВОВАРІННЯ: ЕКОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ**

**Т.В. Якимчук**

*Національний університет харчових технологій*

Кризовий, за оцінками спеціалістів, стан навколишнього середовища вимагає від підприємств всіх галузей впровадження заходів для зменшення негативного впливу на стан довкілля, підвищення ефективності використання природних ресурсів. Одним із способів урахування не тільки економічних, але й екологічних наслідків діяльності підприємств є проведення екологічної реструктуризації. Остання передбачає «використання природних ресурсів, дотримання нормативів шкідливих впливів на навколишнє природне середовище, утилізацію, знешкодження шкідливих речовин і відходів або повну їх ліквідацію, розподіл фінансових ресурсів за пріоритетними екологічними заходами, умови функціонування екосистем для прийняття управлінських рішень щодо екологічної безпеки при виробництві товарів (робіт, послуг)». [1, с. 58]. На підприємствах екологічна реструктуризація здійснюється шляхом перепрофілювання підприємств на екологічні потреби, в тому числі налагодження виробництва екологічно чистої продукції, або впровадження системи екологічного менеджменту.

Турбота про навколишнє середовище має бути одним із напрямів діяльності кожного підприємства та має бути обумовлена свідомим ставленням до результатів та наслідків їх господарювання. Задачі екологічного характеру

(економне використання води, утилізація відходів, зниження споживання електроенергії тощо) ставлять перед собою виробники пива, що функціонують на українському ринку. Активну позицію з питань урахування екологічних наслідків своєї діяльності мають лідери ринку пива, які й інформують громадськість щодо вжитих заходів в сфері захисту навколишнього середовища.

Лідерами ринку пива є ПАТ «САН ІнБев Україна», ПАТ «Карлсберг Україна» та ПАТ «Оболонь», частка кожної з цих компаній перевищує 20%. Ці підприємства, маючи як конкурентні, так і фінансові переваги, не занепокоєні питаннями виживання на ринку. Тому, лідери ринку пива розробляють стратегічні напрями діяльності та впроваджують проекти з урахуванням принципів стабільного розвитку. Кожна з вище названих компаній впровадила систему екологічного менеджменту, яка передбачає використання міжнародних стандартів ISO 14000 (International Organization for Standardization). Впровадження цих стандартів сприяє інтеграції підсистеми екологічного управління в загальну систему управління підприємством, сприяє постійному покращенню навколишнього середовища та свідчить про прагнення підприємств відповідати цим стандартам як мінімальним вимогам.

Підприємства-лідери галузі пивоваріння постійно впроваджують нові технології спрямовані на:

- економне використання води: проект компанії «Оболонь» з повторного використання води дозволяє щороку економити близько 500 тис. тонн цього ресурсу [2];

- зменшення викидів в атмосферу (компанія «САН ІнБев Україна» до 2017 року планує зменшити емісію вуглекислого газу в сфері логістики на 15%; заводи компанії «Оболонь» впровадили установки з переробки вуглекислого газу, який утворюється під час бродіння пива);

- зменшення відходів (компанія «Оболонь» переробляє пивну дробину, яка утворюється при виробництві сула із ячменя та солоду, ПЕТ-тару);

- удосконалення якості виробленої продукції: марка пива «Чернігівське», яке виробляє компанія «САН ІнБев Україна», єдина на сьогодні отримала міжнародний екосертифікат.

Впроваджені проекти дозволяють отримати не тільки екологічний, але й економічний ефект: підвищення конкурентних переваг, зниження витрат на виробництво одиниці продукції, підвищення іміджу компанії. Проте, екологічно спрямовані проекти потребують суттєвих інвестиційних витрат та можуть бути впроваджені не всіма учасниками ринку пива внаслідок фінансової складової.

#### ЛІТЕРАТУРА:

1. Акуленко, В.Л. Екологічна реструктуризація з елементами екологічного менеджменту / Акуленко В.Л., Мамчук І.В. // Вісник СумДУ. Серія Економіка. – 2009. – №1. – С. 52-59.

2. «Оболонь» переробляє 98% виробничих відходів [Електронний ресурс] / Корпорація «Оболонь». – 09.02.2015. – Режим доступу : [http://obolon.ua/ukr/press/news/?news\\_id=2044](http://obolon.ua/ukr/press/news/?news_id=2044).

Наукове видання

# **ПРОБЛЕМИ ЕКОНОМІКИ ПІДПРИЄМСТВ В СУЧАСНИХ УМОВАХ**

Матеріали  
ХІ Міжнародної науково-практичної конференції,

*21-22 травня 2015 р.*

Тези доповідей

Відповідальна за випуск **Н.В. Акутіна**

Підп. до друку 12.05.2014 р. Формат 70×100/16  
Обл.-вид. прк. 15,80. – Ум. друк. арк. 16,50. Наклад 150 прим.  
Зам. № 225

НУХТ. 01601 Київ-33, вул. Володимирська, 68  
Свідоцтво про реєстрацію серія ДК № 1786 від 18.05.04 р.