

**РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ
НЕСТАБІЛЬНОГО ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА:
УПРАВЛІННЯ, РЕАЛІЗАЦІЯ ТА ПЕРСПЕКТИВИ
монографія**

ISBN 978-617-7783-44-1

**Розвиток підприємства в умовах нестабільного зовнішнього середовища:
управління, реалізація та перспективи: монографія / за заг. ред. д.е.н.,
проф. Шарко М.В. – Херсон: ФОП Вишемирський В.С., 2019. – 306 с.
(19,19 друк. арк.)**

Рецензенти:

Гончар Ольга Іванівна - доктор економічних наук, професор, професор кафедри маркетингу і торговельного підприємництва, Хмельницький національний університет Міністерства освіти і науки України

Гринчуцький Валерій Іванович - доктор економічних наук, професор, професор кафедри економіки підприємств і корпорацій, Тернопільський національний економічний університет Міністерства освіти і науки України

Монографія присвячена комплексному дослідженню теоретико-методологічних і прикладних основ економічного розвитку підприємств в умовах динамічних змін зовнішнього середовища. Розкрито сутність і еволюцію понятійно-категоріального апарату теорії стійкого розвитку промислових підприємств. Визначені принципи інтеграції та кооперації в умовах конкурентного середовища. Обґрунтовано концептуально-методологічні засади інтелектуалізації наукових досліджень при формуванні економічного розвитку підприємств. Здійснено аналіз сучасного стану управління діяльністю підприємств в умовах нестабільного зовнішнього середовища та інформаційної складової управління економічною безпекою підприємств. Запропоновано вимоги до компетентностей фахівців. Визначено форми реалізації та перспективи розвитку підприємств в умовах нестабільного зовнішнього середовища.

Монографія орієнтована на широке коло спеціалістів, фахівців, керівників, науковців, аспірантів і студентів економічних спеціальностей, усіх, хто цікавиться питаннями організації та управління розвитком підприємств.

*Рекомендовано до видання рішенням Вченої Ради
Херсонського національного технічного університету
Міністерства освіти і науки України
Протокол № 4 від 23 грудня 2019 р.*

ISBN 978-617-7783-44-1

© М.В.Шарко, 2019

ЗМІСТ

с.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

1.1. Еволюція понятійно-категоріального апарату теорії стійкого розвитку промислових підприємств	5
1.2. Інтеграція та кооперація в креативних галузях.....	19
1.3. Вимоги цифрової економіки до компетентностей фахівців підприємства: проблеми відповідності та шляхи їх розв'язання.....	27

РОЗДІЛ 2. ІНТЕЛЕКТУАЛІЗАЦІЯ ТА КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЯ НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ ПРИ ФОРМУВАННІ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

2.1. Cooperative as the highest organizational form agricultural cooperatives	38
2.2. Потреба новацій правового регулювання об'єктів інтелектуальної власності, їх облік та вплив на інноваційний розвиток і конкурентоздатність економіки.....	49
2.3. Інтелектуалізація економіки і зміни у змісті праці фахівців	61
2.4. Поведінкові фінанси як складова економічного розвитку	73

РОЗДІЛ 3. УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРИ ОБСТЕЖЕННІ КОН'ЮНКТУРИ РИНКУ

3.1. Базові принципи управління інноваційним забезпеченням економічного розвитку підприємств	82
3.2. Використання цифрового та інтернет-маркетингу як ефективного інструменту економічного розвитку підприємства.....	89
3.3. Обґрунтування підприємницьких ризиків в інноваційній діяльності підприємства	104

РОЗДІЛ 4. УПРАВЛІННЯ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ НЕСТАБІЛЬНОГО ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА

4.1. Problems of professional career development of personnel	112
4.2. Особливості організаційної регламентації міжкорпоративного	

співробітництва аграрних підприємств	120
4.3. Особливості функціонування аграрних підприємств різних організаційно-правових форм та дослідження інтеграційних процесів	131
4.4. Теоретико-концептуальні основи управління сучасними аграрними виробничими структурами	141
4.5. Інформаційна складова управління економічною безпекою підприємства	158
4.6. Управління проектами формування економічного розвитку підприємства в умовах нестабільного зовнішнього середовища.....	167

РОЗДІЛ 5. РЕАЛІЗАЦІЯ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РЕГУЛЮВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ І РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ НЕСТАБІЛЬНОГО ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА

5.1. Принципи та методи оцінки конкурентоспроможності підприємства.	182
5.2. Управління конкурентоспроможністю підприємства в умовах нестабільного внутрішнього та зовнішнього бізнес-середовища	193
5.3. Проблема підвищення конкурентоздатності підприємств сфери обслуговування в контексті переходу до економіки вражень	202
5.4. Система управління якістю в інтегрованому агропромисловому виробництві	211
5.5. Інвестиційно-інноваційне забезпечення конкурентоспроможного розвитку підприємств	227

РОЗДІЛ 6. ПРОГНОЗУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ НЕСТАБІЛЬНОГО ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА

6.1. Прогнозування економічного розвитку підприємств в умовах невизначеності	244
6.2. Концептуальні засади економічної безпеки підприємства.....	249
6.3. Прогнозування надходжень податку на додану вартість	257
6.4. Моделювання системи розвитку сільськогосподарського машинобудування в регіоні	268
Список використаних джерел	278

РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

1.1. ЕВОЛЮЦІЯ ПОНЯТІЙНО-КАТЕГОРІАЛЬНОГО АПАРАТУ ТЕОРІЇ СТІЙКОГО РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

Проблеми функціонування промислових підприємств багато в чому обумовлені такими особливостями розвитку галузі, як високе значення питомої ваги її продукції у ВВП, різноманіття виробничих процесів, широта асортименту продукції, розвиненість власної сировинної бази, складність галузевої структури, пріоритетність наукомістких і високотехнологічних виробництв і ін. Перевага екстенсивного шляху розвитку виробництва, значна частка фізично й морально застарілого виробничого обладнання, дефіцит висококваліфікованого персоналу, відсутність фінансових можливостей для реалізації інноваційного сценарію розвитку призвели до технологічного відставання й зниження конкурентоспроможності вітчизняних виробників як на зовнішньому, так і на внутрішньому ринку.

Фактичні результати роботи вітчизняних підприємств відзначаються стабільно низькими обсягами продажів продукції, незначною прибутковістю, коливанням рентабельності діяльності, невисокою продуктивністю праці й низькою якістю продукції, що свідчить про їхню нестійкість в умовах змін зовнішнього середовища. Такі тенденції підкреслюють теоретичну й практичну значимість проблеми управління стійким розвитком підприємств у довгостроковому періоді.

У цьому зв'язку на перший план висуваються теоретико-методологічні аспекти загальносистемного дослідження питань, пов'язаних зі створенням організаційно-економічної основи формування умов забезпечення розвитку в довгостроковій перспективі.

Теоретико-методологічні та практичні аспекти управління стійким розвитком підприємств відображені в працях відомих українських і закордонних учених: М.В. Афанасьєва, В.Д. Рогожина, В.І. Рудики, Л.Г. Мельника, О.Б. Мних, В.Є. Момота, Ю.С. Погорєлова, О.В. Раєвнєвої, О.М. Тридіда, Г.Б. Клейнера, Б.З. Мільнера, Р. Коуза. Безумовно, праці вищезазначених авторів мають величезне наукове та практичне значення, але необхідно підкреслити, що різноманіття понятійно-категоріального апарата та відсутність універсальних визначень, не дозволило сучасній науці уникнути окремих викривлень змісту знань про стійкий розвиток. Цей

факт обумовлює необхідність проведення подальших теоретико-методологічних досліджень у цьому напрямку.

Метою дослідження є формування понятійно-категоріального апарату теорії стійкого розвитку соціально-економічних систем як основи забезпечення розвитку підприємств.

Виходячи із закону розвитку і функціонування систем, розвиток являє собою природній процес і представляє сукупність трьох взаємодіючих підпроцесів:

- хаос – процес пошуку вибору й побудови траєкторії переходу до нової стійкої структури, нового аттрактивного стану;
- впорядкування – зміна, поява нових функцій і діяльностей, збагачення новими зв'язками, відносинами утвореної нової структури;
- стабілізація – стійкий ріст у рамках даної структури із прагненням збереження її.

Усі ці підпроцеси відбуваються одночасно, але щосекунди домінує один із трьох, що дозволяє характеризувати стадію розвитку системи. Отже, розвиток це результат віддзеркалювання об'єктивного світу (середовища) в процесі його перетворення, йому притаманний певний тип зв'язків, взаємодія яких створює напрямок і тенденцію.

Діалектичний матеріалізм трактує розвиток не просто як рух, під яким мається на увазі будь-яка зміна, а такий рух, у результаті якого відбувається просування від простого до складного, від нижчого до вищого. Ф. Енгельс [258, с.5] визначає загальні закони діалектики:

1) закон переходу кількісних змін у якісні, котрий виражає рушійну силу розвитку;

2) закон єдності й боротьби протилежностей, що показує, як здійснюється виникнення нового на основі революційних, стрибкоподібних й еволюційних змін явищ;

3) закон заперечення заперечення, що відображає розвиток як певним чином спрямований процес.

За законами діалектики кількісні зміни на певних етапах розвитку приводять до якісних змін, які визначені, насамперед, характером протиріч між існуючою системою й зовнішнім середовищем. При цьому кількісні зміни явищ до певної межі мають характер щодо безперервного росту об'єкта при незмінній якості. Нагромадження непомітних, поступових змін у певний для кожного процесу момент із необхідністю приводить до істотних, корінних, якісних змін, до стрибкоподібного переходу від старої якості до нової.

Заперечення, являє собою необхідну умову розвитку, є не тільки запереченням старого, але й затвердженням нового, котре згодом знову переходить в іншу якість. Розвиток можна охарактеризувати як процес

заперечення заперечення, перехід явищ із одного якісного стану в інший, при якому на більш високому рівні відтворюються деякі риси старої якості.

Розвиток розглядається як окремий випадок зміни, поряд з функціонуванням, ростом, деградацією й спадом. Для характеристики зміни, яка розуміється як процес переходу від однієї ситуації до іншої, використовується ряд понять, що відображають зміни в системі, її складі й структурі. Зокрема під функціонуванням системи розуміють такі зміни її елементів і параметрів, які не торкаються її структури. У випадку, якщо відбувається кількісне нарощування складу системи, але при цьому не змінюються її властивості, то говорять про ріст. Зміни системи, при яких у позитивному напрямку змінюються її істотні властивості, називають розвитком. Розвиток може бути виражений в кількісних, якісних і структурних перетвореннях від нижчого до вищого, від простого до складного. При таких перетвореннях з'являються нові позитивні якості (функції), які свідчать про підвищення рівня організованості системи. Поряд із процесами росту й розвитку в системі можуть відбуватися зворотні процеси: спад (скорочення, зменшення) і деградація (втрата або ослаблення корисних властивостей).

В соціально-економічних системах розвиток завжди представляється у переході від одного стійкого стану до іншого. Особливу роль відіграє зв'язок стійкості з ефективністю, яка визначається як підсумок процесу розвитку виробництва, співвідношення результатів і витрат, баланс між ресурсами й результатом, що забезпечує необхідні умови діяльності. Особливістю розвитку соціально-економічних систем є те, що при якісних змінах зберігаються такі їхні властивості:

- здатність змінювати власну структуру й властивості відповідно цілям розвитку середовища;
- здатність системи до саморозвитку й саморегуляції;
- наявність взаємодії всіх підсистем, що забезпечує цілісність системи;
- здатність підтримувати стан рівноваги (що характеризується взаємодією різноспрямованих сил, вплив яких взаємно нейтралізується);
- здатність протистояти дестабілізуючим факторам.

Вчені Б. Карлоф і С. Седерберг дають наступне поняття розвитку соціально-економічної системи: розвиток означає «зміну стану. Звичайно це поняття використовується для позначення переходу з одного стану в інший, який вважається кращим, більш ефективним і доцільним для діяльності» [81, с.98]. Саме перехід з одного стану в інший змінює статус системи, тобто її положення, позицію, ранг в ієрархії. Але у розвитку змін, що відбуваються, можуть відобразитися й зміни до гіршого, якщо концепція розвитку обрана невірно або процес її реалізації відбувається неправильно.

Тобто, розширене тлумачення розвитку може бути зі знаком плюс або знаком мінус.

О.Л. Гапоненко і А.П. Пакрухіна, визначають розвиток як рух вперед, формування нових рис, становлення нових структурних характеристик об'єкта, його еволюція, поліпшення, удосконалювання, прогрес, а також ріст і розширення [39, с.11]. Вчені акцентують увагу на якісних змінах, якими супроводжуються процеси розвитку соціально-економічних систем.

Р. Акофф вважає, що «розвиток – придбання потенціалу для поліпшення, а не саме реальне поліпшення якості або рівня існування» [5, с.62]. На думку автора, розвиток пов'язаний із придбанням можливостей для поліпшення, і з поліпшенням стану системи завдяки цьому .

Зарубіжні дослідники М.Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури характеризують розвиток як «довгострокову програму вдосконалення можливостей вирішувати різні проблеми і здібності до відновлення, особливо шляхом підвищення ефективності управління культурою організації» [143, с.376]. Таке визначення підкреслює цільову орієнтацію розвитку.

Й. Шумпетер для характеристики розвитку застосовує поняття руху, зміни, переходу від одного стану до іншого і дає наступне визначення: «розвиток являє собою зміну траєкторії руху, зсунення стану рівноваги, перехід економічної системи від заданого на певний момент часу центру рівноваги до іншого, постійна адаптація економіки до мінливого центру рівноваги, здійснення нових комбінацій факторів виробництва, здійснення інновацій» [257, с.142]. Тобто, розвиток виступає як незліченна множина змін стану рівноваги системи, які слідують одне за одним, як нескінченна заміна, подолання старого новим.

Професор Л.Г. Мельник визначає розвиток як необоротну, направлену, закономірну зміну системи на основі реалізації внутрішньо властивих їй механізмів самоорганізації [140, с.33]. Але, необхідно зауважити, що зовнішнє середовище також є джерелом змін, які приводять до розвитку систем.

У роботі Ф.К. Туктарова [220] виділено чотири основні підходи до розуміння терміну «розвиток»: розвиток – це реалізація нових цілей, цілеспрямованість змін; розвиток – це процес адаптації до навколишнього середовища; розвиток – це суперечності системи; розвиток – це прогрес, або ускладнення системи, або еволюція.

Вчені В.С. Пономаренко, О.М. Тридід, М.О. Кизим під розвитком розуміють процес кількісно-якісних змін у системі, ускладнення структури і складу, в результаті чого підвищується ефективність функціонування та стійкість до дестабілізуючого впливу зовнішнього середовища [187, с.62].

Професор О.В. Раєвнева, урахувавши наведені підходи до розуміння поняття «розвиток», визначає розвиток як «унікальний процес трансформації відкритої системи у просторі та часі, який характеризується перманентною зміною глобальних цілей її існування, шляхом формування нової дисипативної структури і переведенням її в новий аттрактор (напряму) функціонування» [197, с.108]. При цьому О.В. Раєвнева підкреслює, що розвиток є результатом синергетичного ефекту від взаємозв'язаного прояву трьох особливостей: безповоротності, спрямованості і закономірності.

Отже, процес розвитку пов'язаний з цілями розвитку як самої системи, так і її середовища, при цьому одна ціль розвитку має змінюватися іншою як тільки з'являються нові потреби середовища, або нові способи задоволення потреб середовища, що характеризується переходом від одного стану рівноваги до іншого стану і перешкоджає прояву суперечностей у системі. З економічної точки зору розвиток характеризується, насамперед, підвищенням результатів функціонування підприємства, ефективності використання ресурсів. Якщо економічний ріст відбувається за рахунок споживання матеріальних ресурсів і веде до збільшення розміру підприємства, то розвиток відбувається за рахунок використання інформації й накопичених знань, приводить до підвищення його компетентності й зміни структури. Економічний ріст обмежений ресурсами, до яких має доступ підприємство, й зовнішніми умовами, обумовленими будовою бізнес-системи. Розвиток обмежують лише здатності до навчання.

Підприємство це складна, багатофакторна, відносно стійка, здатна до розвитку, цілісна й відмежована від навколишнього середовища самостійна соціально-економічна система, неодмінними учасниками якої є люди з їхніми різноманітними інтересами, потребами й різними видами діяльності.

Промислове підприємство у своїй діяльності виступає своєрідним системним інтегратором, що поєднує у часі й просторі різноманітні соціально-економічні процеси - це виробник товарів (послуг), споживач й посередник. Підприємство купує на ринку постачальників потрібні йому для власного виробництва ресурси, виступає як продавець коли пропонує на ринку власну продукцію, і як посередник коли перепродує, здає в оренду іншим споживачам товари без якої-небудь переробки з метою одержання прибутку. Здійснення цих процесів пов'язане зі створенням потенціалу розвитку на майбутню перспективу і реалізацією існуючого потенціалу в прибутку. «Ці два суперечливих процеси діалектично взаємопов'язані – тільки теперішнє функціонування потенціалу може забезпечити створення потенціалу майбутнього» [10, с. 14]. Такий підхід характеризує підприємство

як динамічну систему, що має імовірнісну структуру, стан якої може змінюватися в часі з метою покращення власного стану і укріплення конкурентоспроможності.

Підприємство як відкрита система виявляє здатності засвоювати зовнішні впливи й перебувати в постійній зміні. Взаємодіючи із суб'єктами зовнішнього середовища, підприємство адекватно сприймає й інтерпретує необхідні зміни у виробничих процесах. Це, як правило, є причиною існування нестійких і нерівноважних (дисипативних) станів.

Необхідно також відзначити, що функціонування підприємства як відкритої системи у взаємодії із зовнішнім середовищем підпорядковується законам синергетики. Саме синергетика, як відзначає Г. Хакен, вивчає погодженість у взаємодії підсистем у складних системах [235, с. 12]. У зв'язку із цим елементи системи (підприємства) функціонально залежні, незважаючи на їхнє місцезнаходження й призначення усередині цілого - підприємства як ринкового суб'єкта. При цьому цілісність системи є її якісною характеристикою, що проявляється тільки при об'єднанні елементів у результаті діяльності системи, незважаючи на те, що кожний з окремих елементів має достатній ступінь свободи щоб не порушувати цілісність системи розвитку й свого індивідуального самовираження.

На практиці, через вплив зовнішнього середовища, на шляху підприємства до реалізації цілей, тобто досягнення наступного стану стійкості й забезпечення переходу до вищого рівня розвитку в економічних, екологічних й соціальних аспектах діяльності, виникає точка біфуркації (від лат. *bifurcus* - роздвоєний), коли замість однієї траєкторії руху до визначеної цілі перед підприємством відкривається множина варіантів траєкторій руху. Характеризуючи такі стани, І. Р. Пригожин говорить про унікальності точок біфуркації, суть якої полягає в тому, що система, втрачаючи стан стійкості, може розвиватися по різних траєкторіях [192, с. 110]. Із цього випливає висновок про те, що відкритою системою можна управляти через канали зв'язку за допомогою керуючих впливів. У силу особливої чутливості до будь-яких сигналів у точках біфуркації системи стають некерованими. Особливо це проявляється в умовах невизначеності. Цю властивість можна використати з метою забезпечення оптимального управління системами. Однак необхідно вибирати варіанти порівняно слабкого зовнішнього впливу на систему, щоб потрапити в резонанс із внутрішнім середовищем, й забезпечити самокерований і самопідтримуваний розвиток. Інакше система може отримати не позитивний, а негативний вплив з негативними наслідками. Таким чином, хаотичність приводить до подальшого розгортання процесу нерівноважності й до появи безлічі можливих шляхів руху із зони точок

біфуркації.

Отже, точка біфуркації це точка «вибору» подальшого шляху розвитку. Як точки біфуркації в ринковій економіці виступають зміни засновані на інноваціях. У цьому випадку в зовнішньому середовищі відбуваються якісні зміни, урахування яких орієнтує підприємства на формування нової стійкої структури. Згодом система адаптується до середовища, і в ній устанавлюється новий порядок, що зберігається до чергової втрати стійкості. Сценарій розвитку економіки на інноваційній основі спрямовує стратегічні орієнтири промислових підприємств у бік використання сил самоорганізації - довгострокового процесу змін у ресурсному потенціалі, націленого на одночасне підвищення ефективності діяльності підприємства у всіх напрямках. У зв'язку із цим відбувається зміна структури діяльності підприємства: активний пошук, створення, впровадження й поширення інновацій у всіх сферах його діяльності, безперервне відновлення асортименту продукції й технологій її виготовлення, удосконалення системи управління. Звідси необхідність розгляду проблеми забезпечення стійкості на рівні підприємства.

Варіант розвитку підприємство обирає на основі урахування впливу факторів внутрішнього і зовнішнього середовища. Його визначає співвідношення між двома протилежними тенденціями. Звичайно підприємство має встановлені певні ресурсні потоки – це відносини з клієнтами, взаємодія ресурсних потоків і випадкових подій в зовнішнім середовищі сприяють підвищенню напруження у функціонуванні підприємства. З іншого боку – під час будь-яких змін в зовнішнім середовищі підприємство прагне відновити стійкість за рахунок внутрішнього переналаштування й формування нового порядку функціонування. Яка з тенденцій буде переважати, визначається силою впливу зовнішніх умов й силою внутрішніх можливостей підприємства. Внутрішні можливості, або потенціал підприємства – це життєво важливі ресурси (людські, матеріальні, економічні, соціальні, інтелектуальні, духовні й т.п.), приведення в дію яких для досягнення певної цілі і протистояння зовнішньому впливу, супроводжується кількісно-якісними і структурними змінами. Вірогідність обрання підприємством того чи іншого варіанту розвитку визначається наявними ресурсами. Нестача в підприємства ресурсів для достатньої протидії зовнішнім впливам (загрозам) виступає спонукальним мотивом до зайняття якісно нового положення, відмінного від запланованого, такого, що дозволить утриматися «на плаву», або перейти у новий статус з найменшими втратами. Новий статус характеризує можливості підприємства до ведення конкурентної боротьби, передумови досягнення підприємством певних конкурентних переваг і є результатом

розвитку, адже «розвиток підприємства, в першу чергу, це його здатність справлятися з більш складнішими і масштабнішими проблемами» [204, с.62]. Це може бути: інноваційний розвиток, реструктуризація, скорочення виробництва й т.п. У кожному разі зміна статусу вимагає трансформації розроблених стандартів (планів), правил, тактики й політики підприємства. Час досягнення кінцевої точки руху - цілі буде визначатися швидкістю споживання наявних ресурсів. Тобто, результат розвитку промислового підприємства визначається якістю наявних ресурсів та швидкістю їх споживання для досягнення цілі.

Узагальнення наведених вище визначень приводить до висновку, що розвиток підприємства являє собою комплексний процес кількісних і якісних змін його функціонування.

Кількісні зміни відображають економічні показники, якісні зміни - підвищення конкурентоспроможності й нарощування потенціалу для подальшого розвитку (рис. 1.1).

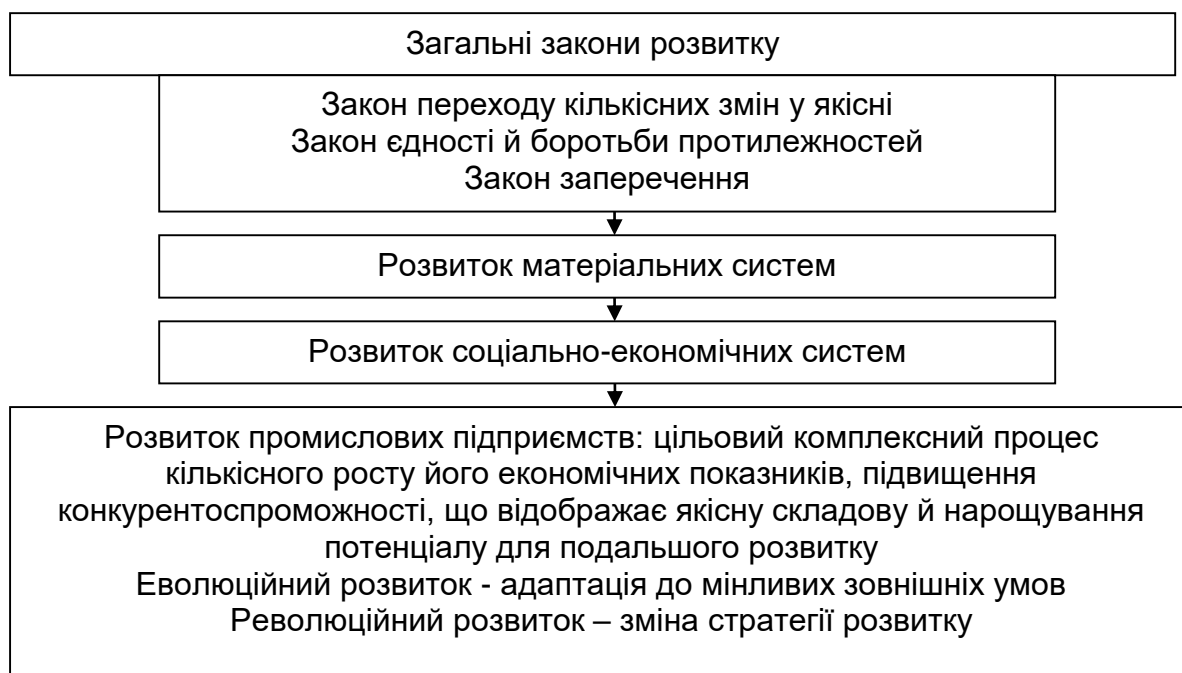


Рис. 1.1. Формування поняття «розвиток промислового підприємства»

При цьому можливі два принципово різних шляхи розвитку. Еволюційний тип розвитку припускає пасивну адаптацію до мінливих зовнішніх умов, шляхом ефективної алокації ресурсів і гнучкої технологічної бази, що приводить до росту економічної ефективності підприємства.

Революційний розвиток пов'язаний зі зміною ділового середовища на основі безперервних інновацій і управління організаційним знанням, що вимагає зміни стратегії й узгодження потенціалу підприємства з потенціалами ринків постачання й збуту.

Економічний розвиток як категорія управління тісно пов'язаний з поняттями «потенціал розвитку», що визначає можливості змін, і «конкурентоспроможність», що характеризує їхній результат.

Економічний розвиток підприємства здійснюється за рахунок реалізації його потенціалу, сформованого на попередніх етапах життєвого циклу. У широкому змісті категорія «потенціал» може бути визначена як можливість, здатність, сила, що проявляється за певних умов [223, с.64]. В енциклопедичному словнику [198] потенціал визначається як «джерела, можливості, засоби, запаси, які можуть бути використані для рішення якогось завдання, досягнення певної мети». Учені О.С.Федонін, І.М. Рєпіна, О.І. Олексюк визначають потенціал як інтегральне відображення (оцінка) поточних і майбутніх можливостей економічної системи трансформувати вхідні ресурси за допомогою притаманних їй персоналу підприємницьких здібностей в економічні блага, максимально задовольняючи в такий спосіб корпоративні та суспільні інтереси [226, с. 12].

Орієнтуючись на розвиток підприємства, потенціал розвитку розглядається як «сукупність наявних ресурсів та управлінських здібностей щодо їх оптимального використання, які в поєднанні з умовами зовнішнього середовища та залежно від об'єкта застосування протягом певного часу приводять до якісних змін у результатах господарчої діяльності економічної системи в цілому чи окремої економічної одиниці (підприємства)» [112, с.123].

Учені Р.М.Лєпа, Н.В. Цопа, М.Ф.Гончаренко характеризують потенціал розвитку як набір сфер діяльності підприємства, що є результатом оптимального використання наявних ресурсів підприємства [119].

Узагальнення наведених визначень приводить до наступного трактування потенціалу розвитку підприємства: це організаційно-економічні можливості по нейтралізації негативного впливу зовнішніх факторів, реалізації сприятливих внутрішніх можливостей і створенню умов для ефективною реалізації стратегії також за рахунок використання потенціалу інших учасників бізнесу (споживачів, постачальників, партнерів), що забезпечує економічний ріст і поліпшення якості функціонування.

Підприємство з високим потенціалом має можливість розвиватися без додаткових ресурсів або організаційно-технічних і соціально-економічних перетворень, низький потенціал вимагає додаткових ресурсів і вдосконалювання бізнес-процесів. У ході реалізації стратегічного

управління розвитком підприємства наявний потенціал визначає можливості підвищення ефективності й конкурентоспроможності підприємства в довгостроковій перспективі.

Конкурентоспроможність підприємства, відповідно до визначення, даному в роботі [3, с.26], являє собою його «можливість ефективно розпоряджатися власними й позиковими ресурсами в умовах конкурентного ринку», вона є результатом функціонування й одночасно умовою подальшого розвитку. Можливість підприємства конкурувати на певному товарному ринку безпосередньо залежить від конкурентоспроможності товару й сукупності економічних методів діяльності підприємства. В умовах ринкової економіки фірма-виробник, що поставляє свої товари як на зовнішній, так і внутрішній ринок, може тривалий час займати стійкі позиції, спираючись у своїй стратегії на показники конкурентоспроможності товару та враховуючи тенденції в змінах рівня якості й витрат по створенню й реалізації товару [128, с.112]. Забезпечення конкурентоспроможності підприємства вимагає систематичної роботи на всьому виробничо-комерційному циклі для створення конкурентних переваг в області НДДКР, виробництва, фінансів, маркетингу, збуту й т.д. Отже, забезпечення конкурентоспроможності можливе за умови стійкого функціонування означених підсистем.

Комплексне визначення поняття «конкурентоспроможність» обумовлює аналіз і оцінку факторів і умов розвитку підприємства на основі трьох принципових передумов:

1) проведення дослідження динамічного сполучення окремих складових, кожна з яких у силу свого характеру й взаємозв'язків з іншими властивостями (з урахуванням їх вагомості й важливості) впливає на формування конкурентоспроможності підприємства;

2) визнання можливості виміру будь-яких окремих властивостей і їхніх сполучень, у тому числі інтегральної конкурентоспроможності;

3) практична необхідність методів кількісної оцінки конкурентоспроможності для розробки стратегії організаційно-економічного розвитку.

Розглянуті з погляду системного підходу категорії «потенціал» і «конкурентоспроможність» дозволяють виявити можливості розвитку підприємства в довгостроковій перспективі в нестабільному зовнішнім середовищі, а також уточнити завдання стратегічного управління.

Сьогодні вітчизняні підприємства функціонують в умовах жорсткої конкуренції, в яких основним фактором успішного розвитку є вибір стратегії, що базується на використанні сучасних досягнень науково-технічного прогресу та забезпечує конкурентні переваги власної продукції. Прагнення

досягти конкурентних переваг застосовуючи результати науково-технічного прогресу приводить до протиріч між зростанням потреб суспільства і можливостями природно-ресурсного потенціалу їх забезпечити. В зв'язку з чим виникла потреба дослідження механізму погодження соціальних, економічних і екологічних інтересів і виник термін «стійкий розвиток».

В даному контексті «стійкість» означає незмінність і збереження, а «розвиток» припускає зміни. Їхнє об'єднання створило нове значення, що дозволяє визначати процеси як закономірні зміни переходу з одного якісного стану в інший, більш досконалий. Оскільки під впливом зовнішніх факторів і внутрішніх відхилень соціально-економічна система може перейти в нестійкий стан, то проявом стійкості буде не рівновага, а перехід у новий якісний стан, що буде відповідати дійсним умовам. Це може знайти реалізацію в новому сполученні елементів, формуванні нових зв'язків або змін, переродженні елементів, придбанні інших властивостей і цілей всієї системи. Під стійкістю господарюючої системи при цьому необхідно розуміти необхідний потенціал до самоорганізації й саморозвитку. Якщо система, що володіє таким потенціалом, здатна переродитися в якісно нову систему, створити інший порядок елементів, структуру, що володіє потенціалом збереження нових властивостей, то можна вважати, що система має стійкий розвиток.

Міжнародна комісія по оточуючому середовищу і розвитку (Комісія Брутланд) сформулювала визначення стійкого розвитку, яке містить в собі три складових: економічна ефективність, соціальна рівність, екологічна стійкість [79, с.5]. Термін «стійкий (сталій) розвиток» у даному трактуванні означає «...таку модель руху вперед, при якій досягається задоволення життєвих потреб нинішнього покоління зі збереженням таких же можливостей для майбутніх поколінь». Стійкість розвитку економіки, таким чином, укладається в тому, що вона в процесі свого розвитку не переходить у режими, які ведуть до необоротних соціально-економічних наслідків. Забезпечити такий розвиток українській економіці можливо тільки за умови відповідного розвитку промислового комплексу.

Головне в запропонованій концепції стійкого розвитку — це те, що, стійкий розвиток здобуває виражений стратегічний характер як необхідну умову довгострокового розвитку економічних систем; стійкість розвитку базується на потенціалі системи, дозволяючи використовувати в поточному періоді тільки частину, але далеко не всі потенційні ресурси системи, незважаючи на досягнуту в результаті науково-технічного прогресу ефективність їх використання. Ефективність зростає зі зростанням прогресу, отже, необхідно по можливості максимально зберегти ресурси, ефективність освоєння яких у майбутньому буде, як мінімум, не нижче

поточної. Отже ефективність і стійкість виявляють себе як дві суперечливі сторони одного процесу — процесу розвитку системи. Довготривала стійкість соціально-економічної системи формується з опорою винятково на власні ресурси, тобто з самопідтримкою системи; постійне використання ресурсів із зовнішніх джерел повинне мати на меті відмінні від стратегічної стійкості аспекти наприклад поточну стійкість, (антикризове управління), зростання доходів, прибутку, рентабельності і т.д.

Загальноприйнятою сьогодні є точка зору О. Л. Кузнецова й Б. Е. Большакова [110, с.37], що стверджують, що стійкий (сталий) розвиток – це безперервний процес задоволення потреб сьогодення й майбутніх поколінь. При цьому безперервність процесу розглядається як неубутний темп росту можливостей задовольняти потреби в тривалій перспективі, що можливе лише в тому випадку, якщо буде досягнутий баланс інтересів, гармонія між усіма підсистемами соціально-економічної системи.

З кінця 80-х років теорія й практика стійкого розвитку перебуває в центрі уваги вітчизняних вчених і політиків. Очевидно, що стійкий економічний розвиток і країни, і її регіонів досяжний тільки при стійкому розвитку їх структурних елементів, таких як галузі, підприємства й організації. Отже практичне вирішення завдань стійкого розвитку пов'язане зі стійким розвитком промислових підприємств, зокрема, підприємств машинобудівної галузі. На забезпечення цього розвитку впливають два фактори: цільові зміни зовнішнього середовища й можливості самого підприємства будувати власну фінансово-господарську діяльність у відповідності до цих змін.

Сучасний період формування теорії управління промисловими підприємствами націлений на їх стійкий розвиток, який полягає в створенні механізмів, спрямованих на вирішення протиріч між зростаючими людськими потребами й можливостями біосфери, при якому підвищується ймовірність задоволення потреб теперішніх поколінь, створюються умови забезпечення матеріальними благами майбутніх поколінь при збереженні екологічної безпеки. Стійкий розвиток вимагає розробки й впровадження принципово нових моделей розвитку підприємств, що поєднують індустріальну форму розвитку з дотриманням екологічних і соціально-економічних інтересів господарюючих суб'єктів.

Виходячи із узагальнення підходів до стійкого розвитку представляється можливим визначити принципи забезпечення й підтримки стійкого розвитку промислового підприємства (рис. 1.2).

Принципи забезпечення стійкого розвитку припускають ряд вихідних правил функціонування зовнішнього й внутрішнього середовища промислового підприємства.

Так, принцип відповідальності містить у собі результативну складову господарської діяльності в питаннях навколишнього середовища й розвитку. Безпека припускає всі аспекти безпеки, у тому числі соціальну й екологічну прийнятність виробництва. У випереджальному прийнятті будь-яких ефективних заходів по недопущенню погіршення стану соціо-екологічних показників розвитку реалізується принцип захисту.



Рис. 1.2. Принципи забезпечення і підтримки стійкого розвитку промислового підприємства

І нарешті, принцип «відтворення» базується на раціональному природокористуванні, що припускає ощадливе й оптимальне використання поновлюваних і непоновлюваних ресурсів.

Принципи підтримки стійкого розвитку припускають умови збереження заданих параметрів стійкості на певному рівні. Тут, основним принципом, є принцип розвитку, що означає забезпечення рівності можливостей розвитку й збереження навколишнього середовища, як для нинішнього, так і для майбутніх поколінь. Забезпечення стійкого розвитку неможливе без проведення політики превентивних заходів, виключення екстенсивних і екологічно небезпечних моделей виробництва, що узгоджується зі змістом принципу попередження. Будь-який соціо-екологічний збиток, у рамках реалізації концепції стійкого розвитку, повинен бути компенсований за допомогою використання різних економічних інструментів і механізмів, що відповідає принципу відшкодування. Співробітництво означає партнерство на галузевому, регіональному, національному й міжнародному рівні, що повинне бути спрямоване на досягнення стійкого розвитку шляхом обміну всіма видами інтелектуальної й науково-технічної власності.

Загальні принципи стійкого розвитку повинні скласти основу ефективних бізнес-стратегій розвитку кожного підприємства. Тобто, необхідною умовою стійкого розвитку підприємства є впровадження універсальних принципів корпоративної відповідальності в практику ведення бізнесу, врахування інтересів стейкхолдерів при прийнятті рішень

про напрямки діяльності підприємства, розробка звітності стійкого розвитку, дотримання закону й міжнародних норм при здійсненні діяльності, а також врахування принципів соціального характеру, що включає права і гарантії персоналу, захист інтересів споживачів, підтримку місцевого співтовариства, охорону навколишнього середовища.

Підтримка стійкого розвитку ставить перед підприємством комплекс проблем в економічній, технічній, фінансовій і багатьох інших сферах діяльності. Промислові підприємства мають особливості, обумовлені характером вхідних, вихідних, внутрішніх процесів, потреб і зв'язків з партнерами. Під впливом ринкових інфраструктур промислові підприємства виробляють продукцію, що задовольняє різноманітні ринкові потреби, підкріплені платоспроможним попитом. Зміна суспільних потреб викликає відповідну реакцію у виробників, спонукаючи їх поновлювати технології й продукцію. В подальшому, пропозиція інноваційних продуктів, що виходить зі сфери виробництва, прищеплює нові потреби й нові способи їх задоволення в споживачів. Необхідно також урахувати циклічний характер протікання економічних процесів на макро-, мезо- і мікрорівнях. Траєкторія циклічної зміни економічних процесів являє собою низку окремих фаз: спад, стабілізацію й підйом економічної активності. Кожній окремій фазі економічного циклу властиві свої закономірності, які впливають на виробництво й споживання продукції. Отже на стійкість розвитку підприємства як системи, впливають зміни як власного середовища, так і зміни в системі вищого рівня ієрархії.

Якщо вибір траєкторії руху до визначених цілей свідомо урахує економічні, екологічні й соціальні аспекти діяльності, включає переструктурування й формування нового порядку функціонування зі збалансованим перерозподілом наявних ресурсів відповідно до цих цілей, то мова йде саме про стійкий розвиток.

Стійкий розвиток підприємства це визначений суспільством напрямок просування за траєкторією досягнення заданих орієнтирів, в процесі якого забезпечуються позитивні збалансовані зміни економічного, екологічного і соціального характеру, зберігається загальноекономічна стійкість, задовольняються потреби робітників та власників, результатом якого є зростання цінності потенціалу підприємства та зміна його конкурентного статусу. Цінність потенціалу та конкурентний статус характеризують ресурсну забезпеченість і підготовку підприємства до реалізації стратегічних цілей і задач стійкого розвитку, ступінь освоєння власних потенційних можливостей, умови для створення і підтримки конкурентних переваг. Для забезпечення стійкого розвитку підприємства необхідна система пов'язаних між собою можливостей: підприємству потрібні ресурси

для здійснення кількісно-якісних змін; підприємство повинне бути конкурентоспроможним та уміти протидіяти змінам зовнішнього середовища, та мати таку систему управління яка б динамічно урахувала зміни зовнішнього середовища, та сприяла б зміцненню стійкості стану.

1.2. ІНТЕГРАЦІЯ ТА КООПЕРАЦІЯ В КРЕАТИВНИХ ГАЛУЗЯХ

Світова глобалізація, яка характеризується інтеграцією економічних систем в масштабах держав і регіонів, зумовлює посилення цих процесів і серед економічних суб'єктів. Зокрема це стосується суб'єктів господарювання, які функціонують в креативних галузях. Креативні індустрії вже багато років є прибутковим сектором економіки у багатьох країнах світу. Останнім часом вони стають все більше інтегрованими в міський розвиток, процеси демократизації, розвиток територіальних громад, та сприяють формуванню інноваційних ринків. Підприємства, що діють в креативних галузях в якості факторів виробництва використовують інтелектуальний капітал, креативний потенціал та талант породжувати нові оригінальні ідеї, в результаті чого створюється інноваційний продукт (товар або послуга наділені економічною цінністю), або приймаються якісно нові рішення з метою забезпечення потреб суспільства [224]. Діяльність таких підприємств протікає в умовах взаємодії з безліччю ринкових та інституціональних соціально-економічних агентів, від дій яких значною мірою залежить успіх їх роботи. Зв'язки, що виникають при цьому формують складні системи, для більш повного розуміння яких необхідно виділити їх ознаки та механізми об'єднання.

В працях зарубіжних і вітчизняних вчених економістів неодноразово піднімалось питання класифікації інтеграції суб'єктів господарювання. Дослідженням цього питання приділяли увагу: Саблук П.Т., Пилипенко А.А., Кизим Н.А., Брусильцева А.Н., Гостєва І.С., Владимірова І.Г., Драчова Е.Л., Попов А.А. та ін.

Перші наукові дослідження по тематиці креативної економіки та креативних індустрій були проведені на початку ХХІ ст. Дж. Хоукінсом та Р. Флорідою. На території пострадянського простору різні питання теоретичного та практичного характеру функціонування креативних індустрій досліджували такі вчені-економісти: І. Дубіна, О. Білокрилова, С. Головін, М. Каменських, А. Локалов, А. Пакуліна, В. Чорна та інші.

Креативні індустрії стали важливим джерелом пошуку конкурентних переваг країн на світовому ринку у ХХІ столітті та рушійною силою їх економічного зростання [287]. Вперше поняття «креативні індустрії» був

вживаний в 1994 році у Звіті «Креативна Нація» [321]. На сьогоднішній день вживання цього терміну є неоднаковим в різних країнах світу.

ЮНЕСКО визначив креативні індустрії як індустрії, метою яких є "створення, виробництво і комерціалізація творчих (креативних) змістів, які є нематеріальними і культурними за своєю природою. Такі змісти зазвичай захищені правом інтелектуальної власності і вони можуть приймати форму продукту чи послуги" [275].

Британський департамент культури медіа та спорту визначає креативні індустрії як: «такі індустрії, які походять з індивідуальної креативності, вміння і таланту, і які мають потенціал до багатства і створення робочих місць через генерування та використання інтелектуальної власності» [171].

В Міністерстві економіки Німеччини культурні та творчі індустрії визначають як такі, що включають усі культурні і творчі підприємства, які є ринково орієнтованими і займаються створенням, виробництвом та / або розповсюдженням культурних/ креативних товарів та послуг через медіа [278].

Так само не однозначною є класифікація галузей, які відносять до креативних. Підхід UNCTAD до креативних індустрій відносить: прикладне мистецтво, аудіовізуальні товари, дизайн, цифрові засоби виробництва, нові медіа, виконавче мистецтво, видавництво, художня творчість. В той же час британський підхід серед креативних виділяє такі галузі: Архітектура, реклама, ринок мистецтва та антикваріату, ремесла, дизайн, мода, кіно, музика, виконавче мистецтво, галузь розваг та відпочинку, видавнича справа, телебачення, радіомовлення, створення програмного забезпечення.

Підприємства креативних галузей, так само як і інші, з метою захисту своїх конкурентних позицій або отримання додаткових конкурентних переваг формують інтеграційні об'єднання.

Сучасний економічний словник пояснює інтеграцію як об'єднання економічних суб'єктів, поглиблення їх взаємодії, розвиток зв'язків між ними. Економічна інтеграція має місце як на рівні національних господарств країн так і між підприємствами, фірмами, компаніями, корпораціями. Економічна інтеграція проявляється як в розширенні і поглибленні виробничо-технологічних зв'язків, спільним використанні ресурсів, об'єднанні капіталів, так і створення один для одного позитивних умов здійснення економічної діяльності.

Тобто узагальнюючи, можна стверджувати, що при інтеграції формуються такі зв'язки та взаємовідносини суб'єктів господарювання, при яких досягається зближення і реалізація основних їх цілей.

Аналізуючи існуючі підходи до класифікації інтеграції можна виділити деякі ознаки які найчастіше зустрічаються у більшості авторів (табл.1.1).

Таблиця 1.1- Основні класифікаційні ознаки інтегрованих підприємств [47, 63, 178, 188]

Класифікаційна ознака	Різновиди інтеграції
За правовим статусом	<ul style="list-style-type: none"> – інкорпоративні – партнерські
За характером господарської діяльності	<ul style="list-style-type: none"> – комерційні – некомерційні
За тривалістю зв'язків	<ul style="list-style-type: none"> – короткострокові – довгострокові
За напрямом взаємодії	<ul style="list-style-type: none"> – вертикальна – горизонтальна – діагональна – конгломератна – ар'єргардна – мішана
За масштабом охоплення ринку	<ul style="list-style-type: none"> – локальна – регіональна – міжрегіональна – національна – транснаціональна
За ринковим положенням	<ul style="list-style-type: none"> – монопольна – олігопольна
За галузевим охопленням	<ul style="list-style-type: none"> – моно галузева – полігалузева
За ступенем централізації капіталу	<ul style="list-style-type: none"> – повністю об'єднують свої активи – об'єднання капіталів під егідою материнської в обсязі контрольного або блокуючого пакету – часткове об'єднання активів
За складом учасників	<ul style="list-style-type: none"> – сировинні групи – торговельні групи – фінансово-торговельні групи – промислові групи – фінансові групи – фінансово-промислові групи
Зв'язок з державою	<ul style="list-style-type: none"> – Державні інтегровані корпоративні

Класифікаційна ознака	Різновиди інтеграції
	структури – Засновані на передачі державної власності новій юридичній особі – засновані на передачі державної власності існуючій юридичній особі – із значною часткою державної власності – Створені для реалізації конкретного державного проекту – з незначною часткою державної власності
За організаційно правовою формою	– Визначені Господарський кодексом України (Асоціація, корпорація, концерн, консорціум, ПФГ) – Інші (Картель, синдикат, трест, холдинг, стратегічний альянс...)
За замкненістю технологічної мережі	– всі стадії виробництва кінцевого продукту – окремі стадії виробництва

Поняття інтеграція має по своєму смислового значенню зв'язки з рядом понять серед яких найчастіше зустрічається поняття «кооперація». Часто в літературі ці поняття ототожнюють, вважаючи синонімами та взаємозамінюють.

Аналіз понять інтеграція та кооперація свідчить про те, що вони складають ядро семантичного поля, до якого можна віднести і інші категорії, які наведені на рис. 1.3.

Гіперонімом для даних категорій тобто слово, яке складає більш широке родове поняття є інтеграція. Тому використання даних категорій в контексті дослідження питань інтеграції є взаємообумовленим.

З кінця XIX ст. в різних країнах світу почала поширюватись та набувати популярність концепція кооперації, яку за своїм змістом можна розглядати як економічне явище сутність якого полягає в економічних взаємовідносинах між партнерами в плані співробітництва з тим, щоб досягти спільної мети за менших питомих витрат ресурсів на основі взаємної вигоди для всіх учасників.

Кооперація стала потужною складовою та перспективним напрямом економічного розвитку багатьох країн світу.

Не зважаючи на певну спільність понять, ряд вчених, таких як

Негру-Водэ А.С. та його прибічники виражають точку зору, що між кооперацією та інтеграцією є різниця, яка проявляється у рівні взаємозв'язку відокремлених видів праці, підприємств та виробництв [150, с. 93]. Яковлев В.В [259, с. 51] вважає, що при кооперації має місце співпраця суб'єктів або юридичних, економічно самостійних підприємств і виробництв, а інтеграція являє собою більш тісну співпрацю, що веде до повного або часткового організаційного злиття раніше самостійних суб'єктів господарювання.

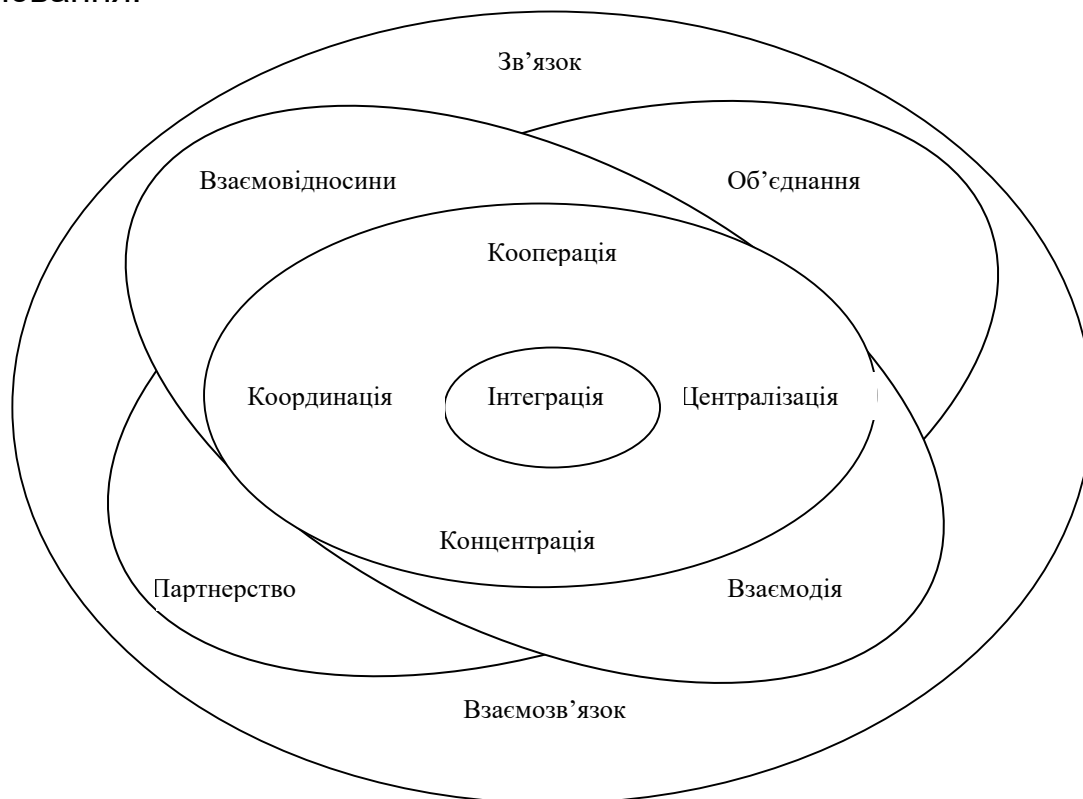


Рис. 1.3. Семантичне поле категорії «інтеграція»

Кооперація ґрунтуються на принципах, які є керівними вказівками, за якими учасники втілюють свої цінності в життя.

Загальні принципи включають: добровільність вступу та безперешкодність виходу з кооперативної організації; соціальну справедливість, взаємодопомогу та співробітництво; рівне право голосу під час прийняття рішень; вільний вибір напрямів і видів діяльності; демократичний контроль над діяльністю кооперативних організацій та їх посадових осіб із боку членів організації; безпосередня участь членів кооперативної організації в її діяльності.

Спеціальні принципи включають: законність – рівність усіх суб'єктів кооперативних відносин перед законом, дотримання законів, актів,

положень; комплексність – усебічний аналіз діяльності кооперативу, який упорядковує аналітичну роботу, підвищує його ефективність, допомагає приймати обґрунтовані управлінські рішення; результативність (цілеспрямованість) – усі учасники мають прагнути досягнення цілей, запланованих на основі завдань кооперативу, шляхом забезпечення якісного надання послуг усіма членами кооперативу.

Необхідно зазначити, що, кооперація являє собою певний вид партнерських взаємовідносин суб'єктів господарювання з метою отримання більшого економічного ефекту, передусім від зменшення рівня питомих витрат (зокрема трансакційних витрат) та синергізму спільної діяльності.

Основна перевага та мотив кооперації полягає у прагненні отримати додатковий або так званий синергетичний ефект від взаємодії учасників. Синергетичний ефект пов'язаний зокрема з тим, що комбіноване використання кількох взаємоузгоджених стратегій виявляється кориснішим, аніж ізольоване впровадження якоїсь однієї. Синергетичний ефект настає в результаті самоорганізації складних систем. Такою системою є ринкова система, яка характеризується дуже складними відносинами всіх суб'єктів ринку. Однією із форм таких відносин виступає кооперація. Вивчення кооперативної системи взаємодії дозволяє зробити висновок про його багатоаспектність. Кооперативна система взаємодії – це системи взаємної підтримки ринкових елементів у ланцюгу їхніх взаємовідносин. Можна виділити такі основні елементи кооперативної системи взаємодії: підприємство інтегратор, постачальники матеріальних ресурсів, конкуренти, посередники, споживачі. Структуру кооперативної системи взаємодії можна розглядати на рівні окремих систем, а саме: система взаємодії кооперативного підприємства з постачальниками, з посередниками, зі споживачами, з конкурентами та ін.

Згідно з методологією синергетики можна вважати, що у кооперативній системі взаємодії повинен утворюватися синергетичний ефект. При розгляді синергетичного ефекту кооперативної взаємодії необхідно звернути увагу на економічні відносини між партнерами на засадах взаємної вигоди.

Кооперація у синергетиці означає колективну поведінку елементів системи когерентної, узгодженої взаємодії. Спробуємо це довести. Нехай S_g – розмір групи; T – обсяг сумісно наданого блага для індивіду; V_g – цінність блага для групи; V_i – цінність блага для індивіда; $F_i = V_i/V_g$ – частина загальної вигоди, яка дістається індивіду; C – витрати по отриманню одиниці блага; A_i – переваги індивіда від отримання будь-якої кількості блага. Тоді $A_i = V_i - C$. Ця індивідуальна вигода буде змінюватися

залежно від T , а свого максимуму вона досягне при $\frac{\partial A_i}{\partial T} = \frac{\partial V_i}{\partial T} - \frac{\partial C}{\partial T} = 0$.

Оскільки $V_i = F_i \cdot S_g \cdot T$, причому F_i і S_g у кожний конкретний момент часу визнаються постійними, то $\frac{\partial(F_i \cdot S_g \cdot T)}{\partial T} - \frac{\partial C}{\partial T} = 0$ і $F_i S_g - \frac{\partial C}{\partial T} = 0$.

Це визначає кількість колективного блага, яке придбав би самостійно діючий індивід. Оскільки $\frac{\partial A_i}{\partial T} = \frac{\partial V_i}{\partial T} - \frac{\partial C}{\partial T} = 0$ і $\frac{\partial V_i}{\partial T} = F_i \left(\frac{\partial V_g}{\partial T} \right)$, то $F_i \left(\frac{\partial V_g}{\partial T} \right) - \frac{\partial C}{\partial T} = 0$ і $F_i \left(\frac{\partial V_g}{\partial T} \right) = \frac{\partial C}{\partial T}$, тобто приріст доходу групи (dV_g/dT) повинен перевищити витрати на стільки, на скільки дохід групи перевищить дохід одного індивіда ($1/F_i = V_g/V_i$) [310].

Отже, колективне благо буде забезпечено, якщо витрати по його отриманню (в оптимальній для кожного індивіда точці) настільки малі порівняно з загальною вигодою для групи, що загальна вигода перевищує загальні витрати настільки (чи більше чим), наскільки вона перевищує вигоду окремого індивіда.

Таким чином, аналіз організаційної будови інтегрованих підприємств дозволяє виділити два основних їх типи: «м'який», що дозволяє учасникам об'єднання зберегти юридичну самостійність (асоціації, консорціуми, стратегічні альянси, корпорації) та жорсткі, що зумовлюють ряд обмежень ведення самостійної діяльності в рамках інтегрованої структури (холдинги, концерни, трести).

Окрім зазначених форм сучасні дослідники виділяють і інші сучасні перспективні форми об'єднань: інтегровані бізнес-групи, кластери, мережі, хаби та ін.

Активне кооперування підприємств на сучасному етапі є однією з ключових стратегій їх розвитку. Несподіваним аспектом кооперації, на який вперше вказали Брандеберг А. та Нейлбафф Б. є виділення в системі взаємовідносин ринкових агентів, окрім протилежних сил інтеграції та конкуренції, відносини «співпраця-конкуренція» (co-opetition). Вони стверджують, що даний тип відносин виникають в тих випадках, коли підприємства кооперуються зі своїми конкурентами заради досягнення спільної вигоди. Однією з форм реалізації подібних взаємовідносин може бути кластер.

Кластер (в економіці) - сконцентрована на деякій території група взаємозалежних компаній: постачальників устаткування, що комплектують і спеціалізованих послуг; інфраструктури; науково-дослідних інститутів; вузів й інших організацій, взаємодоповнюючих один одного й посилюючі конкурентні переваги окремих компаній і кластера в цілому. Поняття

"кластер" може використовуватися як з метою аналізу, так і з метою практичної діяльності.

У першому випадку кластер являє собою альтернативний окремому підприємству або галузі об'єкт вивчення й, зокрема, прогнозування.

У другому випадку кластер є об'єктом підтримки в рамках стратегій регіонального розвитку, розроблювачі яких нерідко передбачають заходи щодо формування кластерів, розраховуючи на те, що кластери підвищують продуктивність, інноваційність, конкурентоздатність, прибутковість і зайнятість у фірмах, що перебувають у даному регіоні.

Побудова кластеру в сфері креативних індустрій вимагає залучення зацікавлених осіб, активних комунікацій між ними, пошуку довіри та прагнення до кооперування.

Креативний кластер – це об'єднання продуцентів товарів і послуг в креативних індустріях. Нові форми капіталу і виробництва, властиві постіндустріальній економіці, локалізуються в таких трансформованих просторах, оскільки креативні індустрії тяжіють до того, аби перебувати десь поблизу до родинних організацій, а ще краще – ділити один «дах» або район. Разом з тим, Р. Флоріда, Н. Кліфтон і П. Кук наголошують, що основна відмінність креативних кластерів полягає у тому, що вони по суті є географічною концентрацією окремих виробників товарів і послуг креативного змісту, а не підприємств. Цю думку доповнює Л. Де Пропріс, розглядаючи креативний кластер як місце, яке характеризує, з одного боку, спільноту креативних людей, а з іншого, – каталітичне середовище, в якому люди, відносини, ідеї і таланти сприяють появі один одного.

Аналіз існуючих кластерів в креативних галузях дає можливість виділити такі їх види:

1. Створення культурного продукту в моно-культурній галузі – вертикальна інтеграція (наприклад телебачення /кіно/ відео та музика постпродакшн студії, нові медія).

2. Створення культурного продукту в мульти-культурній галузі – горизонтальна інтеграція, наприклад, робочі середовища (коворкінги, фаблаби), візуальні мистецтва, архітектура і дизайн, центри мистецтв.

3. Виробництва-споживання культури – відкриті студії, ярмарки мистецтв, фестивалі, івенти.

4. Споживання культури – ритейл (мода, електроніка), вуличний продаж/ линки (антикваріат, ремесла), майданчики (квартали) для мистецтва та розваг, наприклад, музейні майданчики, галереї, театральні та кіно-майданчики, ресторани/клуби та ін.

Найбільш відомим прикладом кластеру в креативних індустріях є Silicon Valley у США. Цікавим прикладом є створений 2017 році в

Люксембурзі Luxembourg creative industrial Cluster, він об'єднує 12 галузей та включає 90 членів. Даний кластер забезпечує своїм учасникам та їх клієнтам онлайн-платформу та міжнародну помітність для збільшення масштабів експорту, дозволяє сформувати взаємовідносини між учасниками зі схожими інтересами, проводить навчання та майстер-класи для експортерів креативних товарів.

Незалежно від масштабів кластеру, їх успішний розвиток залежить від сукупності таких факторів: потужної інноваційної основи, включаючи наявність науково-дослідних інститутів; наявності функціонуючої мережі та об'єднання; кваліфікації кадрів, точніше значної частки серед населення науковців, інженерів та інших осіб, пов'язаних із культурою, мистецтвом, науковою і творчою діяльністю; доступного інвестиційного капіталу. В організації креативного кластеру продумують його максимальне і багатосекторне наповнення, включення різних структур, а також залежність від сезону, подій і свят. Стержнем кластеру часто стають автентичні культурно-історичні пам'ятники, навколо яких формується інфраструктура і сервісне комунікативне середовище (готелі, ресторани, кафе тощо). Перевагою креативних кластерів є наявність мобільних і динамічних конструкцій, які здатні представити презентаційні площадки для різних заходів і постановок [221].

Узагальнюючи, варто наголосити, що кластер – це єдине ціле і кожна його частина має працювати на загальну ідею, а організації і структури функціонувати в рамках одної маркетингової стратегії, не виходячи з цілісної стилістики.

1.3. ВИМОГИ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ ДО КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ ФАХІВЦІВ ПІДПРИЄМСТВА: ПРОБЛЕМИ ВІДПОВІДНОСТІ ТА ШЛЯХИ ЇХ РОЗВ'ЯЗАННЯ

Сучасна економіка характеризується низкою процесів, перебіг яких вимагає уваги працівників освітньої сфери. Для своєчасної підготовки фахівців, які володітимуть специфікою економічних процесів і методами управління ними, необхідно враховувати характерні особливості майбутньої економіки, в умовах якої будуть працювати завтрашні випускники закладів вищої освіти (ЗВО). До найбільш прикметних з них дослідники-футурологи відносять: інформатизацію суспільства; формування економіки знань; зростання ролі людського чинника, інтелектуального потенціалу працівників.

В суспільстві відбуваються корінні зміни, пов'язані з широким

розповсюдженням інформаційно-комунікаційних технологій. В усі без винятку сфери суспільного життя входять нові технології – цифрові, які зумовлюють черговий етап інформатизації суспільства.

Дослідники доходять висновку, що сучасне суспільство переживає цифрову революцію. За трансформаційними масштабами вона іноді порівнюється з аграрною революцією періоду неоліту та промисловою революцією в XVIII – XIX століттях. В контексті уявлень про Другу промислову революцію другої половини XIX – початку XX століть іноді цифрова революція називається Третьою промисловою революцією.

Процес накопичення і рух великої кількості інформації, який відбувається наразі у суспільстві, призводить до кількісних і якісних змін у професійно-кваліфікаційному складі робочої сили, соціальних і професійних груп, зростання вимог до якості знань працівників. Інформатизація та інтелектуалізація праці стають важливими чинниками зрушень у кадрових структурах, зумовлюючи необхідність формування інтелектуальної еліти, висококваліфікованих фахівців у кожній організації, здатних забезпечити генерування та ефективне використання науково-технічної інформації щодо передового досвіду, інновацій.

Особливості стану сучасної економіки, науково-технічного розвитку країни, очевидні для її дослідників перспективи розвитку все більше пов'язуються з видимими процесами інформатизації, цифровізації. В кожному з цих процесів бачиться особлива роль людського фактора на виробництві, у сфері послуг. Знання, вміння, навички, особистий інтелект людини визначатимуть рівень, ефективність економіки майбутнього. До цього майбутнього, а воно, до речі, вже сьогодні перетворюється у живу реальність у багатьох країнах, галузях, на підприємствах, потрібно готуватися. І, у першу чергу, у сфері підготовки кадрів, кваліфікованих фахівців, які повністю відповідатимуть вимогам майбутньої економіки.

За сучасних умов господарювання одним із основних завдань вищої освіти є професійна підготовка фахівців, які добре розуміють особливості теперішнього і майбутнього економічного розвитку України, передбачають шляхи розвитку економіки, спроможні працювати в умовах інтеграції України в світове господарство.

Сучасна вища школа знаходиться у процесі реформування. При цьому залишається низка питань теоретичного і прикладного характеру, вирішення яких може забезпечити відповідність отриманих знань, навичок випускників вимогам економіки конкретного виробництва, у сферу якого вони увійдуть після закінчення навчального закладу.

Процес формування компетентностей фахівців цифрової економіки стикається з низкою проблем. Система підготовки кадрів повинна вміти

визначати, яких саме спеціальностей, спеціалізацій потребуватиме нова економіка у найближчому майбутньому, яких компетенцій вимагатиме ця економіка у фахівців. Навчальний процес у ЗВО потребує перепідготовки викладачів і їх здатності сформулювати цифрові та інші професійні, надпрофесійні компетентності випускників вищої школи. Формулюванню деяких пропозицій щодо виділення цих проблем присвячена дана стаття.

Питанням теорії і практики реформування освітнього процесу у вищій школі у контексті цифрової економіки присвячена значна кількість публікацій зарубіжних і вітчизняних авторів. Відомі доробки О. В. Даннікова щодо розвитку цифрових компетенцій працівників в умовах інформатизації суспільства [54], М. М. Ковальова з питань організації підготовки фахівців для цифрової економіки [94], колективні праці з дослідження сучасних підходів до освіти, світового досвіду та українських перспектив під науковим керівництвом О. В. Овчарук [101], публікації щодо нових інформаційних технологій в освіті [153]. Особливості покоління цифрової епохи висвітлено у праці Д. Тапскотта [215]. Цікавими є колективні дослідження з означених проблем [9; 195; 282] та багато інших.

Однак, не зважаючи на теоретичну і практичну значимість цих та інших публікацій, не повністю вирішеними залишаються питання формування шляхів забезпечення відповідності компетенцій випускників вищої школи вимогам прийдешньої економіки, освіти впродовж всього професійного життя фахівця тощо. Надаючи належне значення глибині досліджень цих та інших авторів, слід, на наш погляд, особливу увагу приділяти сучасним задачам з підготовки фахівців для майбутньої економіки. Адже майбутнє настає вже сьогодні. І саме сьогоднішні студенти, закінчуючи навчання, повинні бути готові до роботи в умовах цифрової економіки. Компетентністний підхід як нова парадигма вищої освіти вимагає формування компетентностей випускників закладів вищої освіти, що відповідатимуть вимогам цієї економіки.

Важливим і позитивним є факт зміни підходів до реформування і розвитку сфери освіти України від принципу адекватності випускників до принципу компетентності, коли кінцева мета результатів вищої освіти пов'язується не тільки з виконанням випускниками конкретних фахових функцій, але й показниками, які включають широкий спектр характеристик випускника, такі як професійні навички, світоглядні і громадські якості, морально-етичні цінності, що забезпечують фахівцям широкі можливості в реалізації своїх потенційних можливостей впродовж всього їх життя [102;170;284]. Поняття компетентності має на увазі, крім спеціальної технологічної підготовки, цілу низку інших компонентів, що мають, в основному, позапрофесійний або надпрофесійний характер, але у той же

час необхідних сьогодні тією чи іншою мірою компетентному фахівцеві. Це, у першу чергу, такі якості особистості як самостійність, здатність приймати відповідальні рішення, творчий підхід до будь-якої справи, вміння доводити її до кінця, вміння постійно вчитися. Це гнучкість мислення, наявність абстрактного, системного й експериментального мислення. Це – вміння діалогу і комунікабельність, співробітництво. Це також креативність, критичність, гнучкість та інноваційність мислення. Це економічне мислення, клієнтоорієнтованість, бережливе виробництво, робота з людьми, міжгалузеві комунікації, робота в умовах невизначеності і т.п.. Над власне професійно-технологічною підготовкою виростає величезна позапрофесійна надбудова вимог до фахівця, яка має формуватися у фахівця, у тому числі в системах формальної і неформальної освіти.

У грудні 2017 року Мінекономіки України представило «Цифрову адженду України-2020», яка містить бачення трансформації вітчизняної економіки від «аналогової» до «цифрової» [194]. Цей документ став основою для схвалення Кабінетом Міністрів України «Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 роки» та затвердження плану заходів щодо її реалізації.

Схвалена Урядом Концепція передбачає низку заходів з розвитку цифрової інфраструктури, набуття громадянами цифрових компетенцій. Важливою складовою трансформації країни є цифровізація освітніх процесів та набуття цифрових компетенцій громадянами [96, с.139].

В Європейській рекомендації щодо компетенцій «цифрова компетенція» була визнана однією з восьми ключових компетенцій безперервного навчання в країнах Європейського Союзу [282]. О.В. Данніков визначає цифрову компетентність як впевненість, критичне і творче використання інформаційно-комунікативних технологій для досягнення цілей, пов'язаних з роботою, зайнятістю, навчанням, відпочинком, інклюзивністю в житті суспільства [54].

Цифрова компетентність – це набір знань і вмінь, які необхідні фахівцю для безпечного і ефективного використання цифрових технологій і ресурсів Інтернету. Вона включає: цифрове споживання; цифрові знання і вміння; цифрову безпеку. Тобто, здатність використовувати і створювати контент на основі цифрових технологій, включаючи пошук і обмін інформацією, відповіді на питання, взаємодію з іншими людьми і комп'ютерне програмування. Працівники, зайняті в усіх галузях економіки, мають володіти цифровими навиками роботи з інформацією із застосуванням сучасних засобів телекомунікацій та програмних продуктів – така вимога сьогодення. У зв'язку з цим особлива роль належить системі вищої освіти [96, с.140].

Завданням сфери вищої освіти України є активне сприяння переходу працівників, зайнятих на виробництві, на прийнятій у всьому світі формат роботи з електронними даними, реалізація інформаційних рішень для використання електронних ресурсів. Практика багатьох підприємств у різних країнах підказує конкретні напрямки формування відповідних компетентностей фахівців з вищою освітою. Її узагальнення дозволило сформулювати основні блоки компетенцій, представлені у фреймворку Digital Competence (DigComp2.0). В цьому документі Європейського Союзу [282] сформульовано 5 блоків компетенцій та усього 21 цифрову компетенцію. До них входять, зокрема:

1. Інформаційна грамотність та грамотність щодо роботи з даними:
 - 1.1. Вміння шукати, фільтрувати дані, інформацію та цифровий контент.
 - 1.2. Вміння оцінювати дані, інформацію та цифровий контент.
 - 1.3. Вміння використовувати та управляти даними, інформацією та цифровим контентом.
2. Комунікація спілкування через використання цифрових технологій:
 - 2.1. Вміння спілкуватися через використання цифрових технологій.
 - 2.2. Вміння ділитися інформацією завдяки використанню цифрових.
 - 2.3. Вміння контактувати із суспільством, користуватися державними та приватними послугами завдяки використанню цифрових технологій.
3. Створення цифрового контенту:
 - 3.1. Створення та редагування цифрового вмісту.
 - 3.2. Знати, як дати зрозумілі інструкції для комп'ютерної системи.
4. Безпека:
 - 4.1. Захист пристроїв вмісту, особистих даних та конфіденційності в цифрових середовищах.
5. Вирішення проблем:
 - 5.1. Виявлення потреб та проблем, а також вирішення концептуальних проблем та проблемних ситуацій у цифрових середовищах.
 - 5.2. Використовувати цифрові інструменти для інновацій процесів та продуктів.
 - 5.3. Триматися в курсі цифрової еволюції.

Знання, вміння та їх приклади описанні в DigComp2.1 «Цифрова компетенція для громадян з кількома рівнями знань та прикладами використання» [146].

В проекті [282] ґрунтовно виписано суть, ознаки, зміст навичок студентів, які повинні бути сформовані в умовах цифрової економіки [96,с.142]:

- навички навчання (критичне мислення, креативне мислення, співробітництво, спілкування);

- навички грамотності (інформаційна грамотність, медіа грамотність, технологічна грамотність);
- життєві навички (гнучкість, ініціативність, навички спілкування, продуктивність, лідерство, цифрові навички та нові навички для робочих місць).

Визначено й області цифрової компетенції:

1. Інформація: ідентифікувати, визначити місцезнаходження завантажувати, зберігати, систематизувати та аналізувати інформацію в залежності від актуальності і цілі.
2. Комунікація: обмін даними у цифровому середовищі, спільне використання ресурсів через інтернет-інструменти, зв'язок з іншими і співробітництво за допомогою цифрових засобів, взаємодія і участь у спільнотах і мережах, міжкультурне розуміння.
3. Content-творення: створення і редагування нового контенту (від оброблення текстів до зображення і відео), інтегрувати і повторно розробляти попередні знання і зміст, формулювати творчі визначення, медіа-матеріали і програми, мати і застосовувати права на інтелектуальну власність і ліцензії.
4. Безпека: засоби індивідуального захисту, захист даних, захист цифрової ідентифікації, заходи безпеки, безпечного і стійкого використання.
5. Вирішення проблем: визначити цифрові потреби і ресурси, сформулювати обґрунтоване рішення щодо найбільш підходящих цифрових інструментів у відповідності з ціллю або необхідністю, вирішувати концептуальні проблеми за допомогою цифрових засобів, творчо використовувати технології, вирішувати технологічні проблеми, обновляти свою компетенцію і компетенції інших.

Дослідниками вищої школи наголошується, що для того, щоб майбутнім фахівцям наблизитися до навичок, яких вимагає ХХІ століття, надзвичайно важливо, щоб викладачі вищої школи вже на сучасному етапі застосовували свої методологічні підходи, методи викладання у повній відповідності цифровому контексту. Науковцями університету політехніки, м. Валенсія (Іспанія) розроблено проект «Доступність і гармонізація вищої освіти у Центральній Азії шляхом навчальних програм модернізації та розвитку (ACADEMICA)», в якому сформульовані необхідні навички і компетенції викладачів університету «в еру цифрової освіти», у тому числі навички навчання, грамотності, життєві навички, та цифрові компетенції, цифрові навички, знання та атрибути. Визначені й інноваційні методи студенто-цифрового навчання [282]:

- проблемно-орієнтоване навчання;
- навчання, засноване на запиті;

- проектне (на основі кейсів) навчання;
- навчання на основі явищ (феноменів);
- навчання, засноване на імітації, моделюванні;
- навчання, засноване на грі;
- масовий відкритий онлайн-курс;
- змішане навчання;
- мобільне навчання.

Науковці-дослідники наголошують й ще на одній дуже важливій особливості навчання у вищій школі: викладачі не можуть не враховувати специфіку цифрового покоління студентів. Особливості освітнього процесу в цифрову епоху, основні відмінні риси цифрового покоління та його специфічні потреби, а також ключові компетенції і навички, необхідні викладачу в умовах цифрової економіки, розглядаються у статті М.М. Ковальова. В ній показано, що у нового покоління Z, або цифрових людей, сформовано так зване кліпове мислення. Їх достоїнство – багатозадачність і здатність одночасно займатися декількома справами, недоліки – нездатність концентруватися і аналізувати, прагнення отримувати коротку і наочну інформацію. Це люди талановиті і креативні, можуть працювати з великими обсягами інформації, але ліниві, швидко міняють роботу, якщо вона не подобається. Цифрові учні люблять конкурси, тести, комп'ютерні ігри типу квеста. Цифрові люди не здатні слухати довготривалі лекції, вони починають відволікатися на свої гаджети [94, с. 38].

Особливості цифрових людей за результатами спеціального дослідження достатньо глибоко розглянуті і сформульовані О.А. Сисоєвою [205].

Д. Тапскотт [215] виділив вісім моментів, що очікуються цифровими студентами у процесі навчання:

1. Свобода самовираження;
2. Можливість налаштувати і персоніфікувати цифрові технології під свої уподобання;
3. Можливість знайти будь-яку інформацію і більш глибоко її вивчити;
4. Чесність у взаємодії з іншими організаціями і людьми;
5. Отримання задоволення від роботи і навчання;
6. Співробітництво і взаємодія з іншими людьми за допомогою мереж;
7. Швидкість і оперативність у спілкуванні і пошуку відповідей;
8. Орієнтація на інновації, пошук того, що є новим і кращим.

З урахуванням особливостей нового покоління студентів М.М. Ковальов обґрунтовує і формулює пріоритети з удосконалення навчального процесу у закладах вищої освіти [94]:

1. Адаптація системи освіти до змін на ринку праці під впливом цифровізації.
2. Перенавчання всіх викладачів з метою вивчення сучасних технологій навчання.
3. Змішане навчання: поєднання онлайн-навчання і його традиційних форм.
4. Інтеграція корпоративної і університетської освіти (запозичення досвіду один в одного).
5. Підвищення рівня цифрової і підприємницької здатності абсолютно усіх студентів.
6. Всеохоплююча інформатизація освіти.
7. Впровадження у ЗВО різношвидкісного навчання.
8. Трансформація закладів вищої освіти у цифрові університети.
9. Викладачі і керівництво ЗВО повинні спілкуватися у соціальних мережах.
10. Університети повинні стати драйверами цифрової трансформації економіки і суспільства.

Далеко не другорядний для нашого дослідження має й ще один аспект, який зумовлює необхідність врахування самих сучасних, останніх результатів досліджень, досягнень.

Якщо раніше нові покоління техніки і технології змінювали одне одного через 35-40 років, то тепер цей інтервал скоротився до 4-5 років. Тому запас знань, якого в попередні часи вистачало на все життя одного покоління людей, зараз вимагає поновлення 5-6 разів за час трудового стану людини.

Унаслідок зміни технологічних укладів швидко застарівають професійні знання. Щорічно в світовому господарстві зникає майже 500 і виникає понад 600 нових професій. Оптимальний термін ефективності набутих знань і кваліфікації знизився до 5-7 років, а в галузях, залучених до науково-технологічного процесу – до 2-3 років. Така ситуація потребує, з одного боку, опанування випускниками останніми досягненнями науки і техніки у своїй галузі, а з іншого боку – безперервного підвищення кваліфікації та перепідготовки працівників, спрямованих, насамперед, на формування їхнього інноваційно-технологічного потенціалу, інноваційної культури, генерування, сприйняття, підтримку нових знань, готовність і здатність реалізовувати нововведення.

Найбільш характерні для сучасності особливості, тенденції розвитку економіки дозволяють визначитися і з вимогами, що визначають рамки, нові акценти, напрямки удосконалення, особливості навчального процесу і підготовки фахівців, компетенції яких відповідатимуть вимогам економіки

завтрашнього дня. Зокрема, характерна особливість поточних часів – високі темпи й прискорення розвитку науки. За даними спеціальних наукових досліджень, знання швидко застарівають. І темпи оновлення знань прискорюються. Крім того, спостерігається «обвальне» нарощування знань. Період подвоєння обсягу наукової інформації і знань у XIX столітті становив близько 50 років. Обсяги накопичених суспільством знань, інформації в усіх формах на початку XX ст. подвоювалися кожні 30 років. У 1970-ті цей час скоротився до 7 років й продовжує скорочуватися. Тож набуті студентом нові знання на час закінчення навчання можуть виявитися застарілими. Водночас обґрунтованими є і ліміт часу на навчання й опанування основами обраної професії, підвалини якої були сформульовані впродовж багатьох попередніх поколінь теоретиків і практиків. При цьому слід враховувати, що курс лекцій, які читаються студентам університетів за тією чи іншою спеціальністю, спеціалізацією, несе у собі, крім обов'язкових теоретичних основ предмета, й об'єктивно застарілу інформацію, особливо щодо практичних аспектів спеціальності. Навчальні посібники, підручники готуються і видаються, з урахуванням необхідного попереднього відпрацювання лекцій викладачем, біля 10 років. І матеріали, що формуються згідно затвердженої за 3-5 років до цього робочої програми дисципліни, виявляються застарілими, випускники вишу йдуть у професійне життя із застарілими компетентностями.

Таким чином, існує протиріччя між темпами оновлення суспільних знань, що значно прискорилося останнім часом, і проблемами організації навчального процесу в університетах.

Насамкінець, ще один аспект проблеми відповідності компетенцій випускника вимогам його майбутнього робочого місця.

За останні десятиліття кардинально змінилася система генерації і передачі знань, а їх обсяг багаторазово зріс. Сьогодні не можна за один раз, навіть за 5 або 6 років, підготувати людину для професійної діяльності на все життя. Нині щорічно оновлюється близько 5% теоретичних і 20% професійних знань. Одиниця виміру старіння знань фахівця, прийнята у США – період «напіврозпаду» компетентності, тобто зниження її на 50% унаслідок появи нової інформації, показує, що за багатьма професіями цей період настає менш ніж за 5 років, тобто стосовно до нашої вітчизняної системи вищої освіти часто раніше, ніж закінчується навчання. Вирішення проблеми полягає в переході до освіти фахівця протягом життя, де базова освіта періодично повинна доповнюватися програмами додаткової освіти й організується не як кінцева, завершена, а лише як основа, фундамент, що доповнюється іншими програмами. Це вимагає, що випускник крім отримання знань у вузькій професії повинен на студентській лаві розвинути

свої здатності до навчання протягом всього професійного життя, розвинути навички комунікації, адаптивності, самовдосконалення, організаційної й групової ефективності та низку інших якостей.

Для задоволення масових потреб населення і бізнесу у фахівцях вищої кваліфікації за вузькими спеціалізаціями гарною альтернативою цим формам формальної освіти є неформальна освіта, навчання на спеціалізованих курсах. Додатковою перевагою такої форми освіти є оперативний відгук на нові потреби, швидке реагування на появу нових спеціальностей, спеціалізацій, окремих компетенцій, що постійно виникають у надрах бізнесу, який теж невпинно розвивається.

Неформальна освіта – це освіта інституціоналізована, навмисна і спланована суб'єктом освітньої діяльності. Визначальна характеристика неформальної освіти полягає у тому, що вона є додатком, альтернативою та/або доповненням до формальної освіти у процесі навчання людини протягом всього життя [13;151;172]. Вона призначена для осіб будь-якого віку, але не обов'язково передбачає неперервний шлях здобуття освіти. Зокрема, це можуть бути короткотермінові програми та/або програми низької інтенсивності, що надаються у вигляді коротких курсів, майстер-класів та семінарів. Неформальна освіта зазвичай веде до отримання кваліфікацій, що не визначаються як формальні відповідними національними органами управління освітою, або взагалі не передбачає надання кваліфікацій.

Розвиток системи безперервної освіти дозволяє створювати умови для формування гнучких освітніх траєкторій і вирівнювання доступу до якісної освіти на всіх рівнях освітньої системи, забезпечує набір освітніх послуг, що відповідають динамічному розвитку потреб особистості, суспільства, економіки [169].

Вирішити окреслені проблеми навчання фахівців і забезпечення відповідності їх компетентностей вимогам сучасної економіки дозволить, на наш погляд, поєднання принципів і практики організації формальної і неформальної освіти, включення лекцій провідних вчених, викладачів кращих університетів країни, світу у навчальну програму (контент) відповідної дисципліни. Університети мають право самостійно передбачати відповідний механізм погодження оперативних змін і доповнень до програми, експертизи відповідності змісту цих лекцій змісту дисципліни. Осучаснення матеріалів дисципліни може базуватися на обов'язковій теоретичній частині програми дисципліни і оперативних змінах впродовж навчального року на переліку лекцій її другої, за вибором викладача (дисципліни за вибором навчального закладу), частини відповідними лекціями провідних вчених. Студентоцентрований підхід до навчання

передбачає і право студента на вибір онлайн лекцій або їх курсу з дисциплін, обраних ним за бажаною спеціалізацією.

Комбінована таким чином інноваційна програма дисципліни включатиме останні досягнення науки і практики у тій чи іншій сфері. При цьому прослуховування онлайн лекцій мовою оригіналу спонукатиме студента до вивчення іноземних мов і сприятиме формуванню у нього ще однієї компетенції – володіння однією-двома іноземними мовами – компетенції, віднесеної у рекомендаціях Єврокомісії до числа восьми базових компетенцій, якими повинен послуговуватися кожен європеець.

Роботодавці позитивно ставляться до додаткових курсів і підвищення кваліфікації. Якщо людина закінчує курси – це характеризує її як проактивну, спраглу до знань. За опитуванням експертів з працевлаштування (Ю. Дрожжина), 98% роботодавців звертають увагу, що людина отримує додаткові знання поза класичною вищою освітою.

Результати обліку навчальної діяльності студента, пов'язаної з виконанням комбінованої інноваційної освітньо-професійної програми курсу навчання можуть фіксуватися у додатку до відповідного документа про освіту, у тому числі диплому, атестата, в академічній довідці, з повною назвою курсу лекцій неформальної онлайн або офлайн освіти, їх обсягу у годинах (кредитах), електронної адреси та документа, що підтверджує їх проходження та якість засвоєння.

Надзвичайно високі темпи розвитку науки і технологій не залишають можливостей на еволюційний шлях удосконалення навчального процесу у ЗВО. Ми є свідками «обвального» нарощуваного знань. Вихід бачиться у високих темпах трансформації навчального процесу у ЗВО.

Не можна обійти і проблему якості вищої освіти. Застарілі підручники і методи навчання повинні відійти у минуле. Тут бачиться один із можливих шляхів: включення курсів онлайн або онлайн лекцій провідних вчених кращих навчальних закладів країни та світу до навчальних програм підготовки вітчизняних фахівців, що сприятиме формуванню у випускників ЗВО компетенцій, які відповідають вимогам сучасної і прийдешньої цифрової економіки.

Подальші розвідки з окреслених у даній статті питань повинні стосуватися, у першу чергу, проблем організаційно-технічного забезпечення прослуховування онлайн лекцій мовою оригіналу, оцінки їх відповідності напряму спеціалізації навчальної програми і порядку обліку у результатах навчання студента-випускника навчального закладу.

РОЗДІЛ 2 ІНТЕЛЕКТУАЛІЗАЦІЯ ТА КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЯ НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ ПРИ ФОРМУВАННІ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

2.1. COOPERATIVE AS THE HIGHEST ORGANIZATIONAL FORM AGRICULTURAL COOPERATIVES

In the study of any phenomenon, including economic, perhaps the most important is the question of establishing its characteristic features, main features, reducing them to the totality and developing on this basis its definition. This is also true of the definition of a cooperative. Despite the fact that the concept of «cooperative» is contained in the works of many researchers, the question of its interpretation is not fully resolved. As S. Boek noted, «there is no universal universally recognized definition of a cooperative society» [269, p. 60]. To establish what constitutes a cooperative, one must turn to the theory of cooperation, to the doctrines recognized as classical, as well as to the provisions of modern economic and legal science, and to explore the concept of «cooperative».

One of the first cooperative movement theorists, W. King believed that the co-op, like all other societies, was intended to give people the opportunity to avoid some of the inconveniences they experienced when acting alone and to obtain the benefits they would otherwise have. did not have [306, p. 12-13]. The basis for the definition of cooperative scientists was laid as a criterion of joint work of people. G. Lifman calls cooperatives households that aim to promote or replenish their members' household or industry through the joint conduct of business [311, p. 21]. This definition demonstrates a fundamental difference between cooperatives and other economic entities. A cooperative is formed to serve its members' households and industries in order to reduce their consumption and production needs. Other business entities have a commercial focus and are designed to serve customers for maximum profit.

G. Kaufman believed that a cooperative is a company with an unspecified number of persons or unions, which on the basis of equal rights and equal responsibility voluntarily transfer certain economic functions to a joint venture in order to obtain certain economic benefits [273, p. 8]. According to the author, members of the cooperative can be both individuals and organizations. They transfer to their cooperative enterprise only those functions of their farms where the union benefits. G. Kaufman highlighted the essential features of

cooperatives: unlimited number of persons; free association of participants; equal responsibility and equal rights of members; transfer of members' economic functions to the public economy; public ownership of the means of production [274, p. 39]. The purpose of establishing a cooperative is to achieve economic benefits.

Successful is the definition of F. Staudinger, who is considered the best German cooperative theorist of the first half of XX century. He defined the cooperative as an association of free-access members based on the equal rights and responsibilities of individuals, created for the joint venture, which should benefit members in a disproportionate proportion of the capital contributed, and to what extent the member society used the society itself [312, p. 21; 318, p. 25]. This definition traces the difference between a cooperative and a joint-stock company. In cooperative organizations, the results of economic activity are distributed not in the amount of invested capital, but in proportion to the use of the services of the cooperative enterprise.

S. Gschwind concluded that a cooperative is a union of people, not capital. The accumulated capital in the cooperative aims not to bring interest and income without labor costs, but on the contrary, contribute to the destruction of both types of unearned income – interest and rent. Cooperative capital is legally different from that of share capital: the first is public property, the second is private property [277, p. 85]. This definition emphasizes that a cooperative is a union of people, not their capital.

According to M. Tugan-Baranovsky, cooperative enterprises are, in fact, the only form of economic organization that arose from the conscious efforts of broad social groups to transform the capitalist system of the economy [319, p. 67]. M. Tugan-Baranovsky noted that cooperatives do not appeal to the public, religious or moral ideas of man, but above all to the same motive that capitalism refers to the personal selfishness, economic interest of man. This is a great power of cooperation, since its internal economic nature has much in common with the capitalist enterprise. The capitalist enterprise, the scientist argued, was not a charity pledge, not public propaganda, not a political organization, and not a labor union. It is an economic organization for the benefit of a certain group of persons [319, p. 94].

In the book «A Brief Course of Cooperation» O. Chayanov noted that a cooperative is first of all an association of farms that do not disappear as a result of this association, but remain small-scale farms. In cooperatives, only part of the production – the part where the large economy has advantages over the small – is united in a common organization. The agricultural cooperative is an adjunct to the independent peasant economy, serves it and without such an economy makes no sense [272, p. 8-9].

One can not disagree with the cooperative scientist, the historian of the cooperative I. Vitanovich, who noted that it would be wrong to consider the cooperative any ancient community, including here some ancient land, forest, public communities, establishments of the workshop, etc. of them did not have the basic cooperative element – voluntariness and were more or less compulsory [322, p. 48]. It should be emphasized that these associations were some organizational forms of cooperation, which had separate features of cooperatives, but they were not cooperatives.

O. Antsiferov argued that a cooperative organization is a voluntary association of an unlimited number of persons for the achievement of common economic goals, based on the principles of full equality of rights of participants and self-government, where each member takes direct personal participation and bears property responsibility, and obtained as a result of economic operations net profit does not go to the reward of capital [266, p. 24]. The above definition of a cooperative organization is based on the principles defined by A. Antsiferov himself:

- a) pursuit of an economic goal that distinguishes it from charitable or other types of mutual assistance;
- b) mutual assistance that acquires the character of cooperation;
- c) free organized cooperation.

Along with them, the most specific scientist distinguishes the following features:

- a) employment, or the principle of personal participation of members in the activities of society;
- b) unlimited number of members;
- c) independence and self-government;
- d) liability of members in the affairs of the company;
- e) cooperative democracy;
- e) the profit received as a result of economic activity does not go to the reward of capital [266, p. 22-23].

In justifying the formulated principles, O. Antsiferov notes that any business case is always based on the desire to get the most possible profit, and any cooperative organization – to put the work in the best possible conditions [266, p. 22].

A more detailed definition of a cooperative is formulated by S. Prokopovich, according to which it is a union which:

- a) unites an unlimited number of persons;
- b) persons enter and exit freely, pursuing their interests;
- c) based on democratic principles of fullness, equality of all members and self-government;

- d) does not absorb the identity of its members;
- e) performs business operations related to production, exchange and credit at the members' total cost;
- e) seeks to increase the productivity and profitability of workers, to facilitate and reduce the cost of production and households;
- g) the net profit is distributed in proportion to the participation of each member in the common cause [308, p. 13-14]. These important developments of the scientist gave the basis and impulse for further research of the concept of cooperative.

B. Martos gave a clear definition of the cooperative, which had important scientific, theoretical and practical significance. In his view, the cooperative is voluntary, based on the principle of equality and self-help of uniting people in order to improve their well-being by holding at the joint expense of an enterprise which should increase the labor earnings of participants or reduce their consumption expenditures in accordance with the use of that enterprise, and not by the amount of invested capital [296, p. 30]. In this definition the basic principles of cooperation are laid down – voluntariness, equality, self-help, the difference between a cooperative and a capitalist enterprise is shown. In addition, on the basis of this definition it is possible to distinguish cooperatives from other organizations and draw conclusions about their role in society.

It is clear that at the present stage of the development of market relations and the revival of agricultural cooperatives, the definition of a cooperative is somewhat different. It must adhere to such principles as:

- 1) voluntariness and accessibility of membership without any artificial restriction or discrimination against all persons who may use the services of the cooperative and agree to be responsible for the membership;
- 2) cooperative democracy – the activities of a society are governed by the persons elected by its members and accountable to them; for members of the original cooperatives – equal right to make decisions on the principle of «one member – one vote»;
- 3) strict limitation of interest on unit capital;
- 4) belonging to the profit of the members of the company and its distribution in such a way as to exclude the possibility of earning one member at the expense of another;
- 5) organization of education in the field of cooperation;
- 6) cooperation with other cooperative organizations [293, p. 190-208].

Taking these principles into account, the International Cooperative Alliance (ICA), as an international organization bringing together cooperatives around the world, enshrined the definition of cooperative in its 1966 Charter. According to him, any association of persons or societies will be recognized as a cooperative, provided that it seeks to improve the economic and social status of its members

through the use of a mutual assistance enterprise [293, p. 193]. The cooperative, as an autonomous association of people who volunteered to meet their socio-economic, social and cultural needs through a democratically managed enterprise jointly owned by its members, is also mentioned in the 1995 ICA statement. cooperative identity (in this case, by association of people is meant not only the union of individuals, but also their groups – legal entities) [263, p. 73-74]. A similar concept of cooperative was defined by the International Labor Organization. The cooperative, she testifies, is an association of individuals who voluntarily united to meet common needs through the formation of a democratically controlled enterprise, made uniform contributions to the capital of their partnership and agreed to share the risk and rewards of the activities in which they actively participate.

It is of interest to define the concept of a cooperative and its legal features contained in the works of Sh. Ismailov, E. Serova, V. Fedorovich, V. Vozniuk. Thus, V. Fedorovich formulated the following legal features of the cooperative:

- a) voluntary association;
- b) membership of the association;
- c) equality of members;
- d) mandatory participation of members in the activities of the cooperative (labor – in production, participation in business operations – in the service);
- e) the unitary nature of the property of the cooperative;
- e) the main purpose of the activity is to meet the material and other needs of the members, not to profit;
- g) achieving the goal through joint economic activities.

Taking into account the above characteristics of a cooperative, we can conclude that a cooperative is a voluntary association of persons on the basis of membership for joint conduct of activities, based on the principles of equality of members, mandatory participation in the activities of such association, use of property created, as a rule, at the expense of the contributions of members and belonging to such an association of property rights to meet the material and other needs of its members.

M. Malik focuses on the independence of cooperatives and their independence from the state: «... a cooperative is considered to be an enterprise based on the private property of its members and operates in market conditions without special state support and special state control» [264, p. 13]. The author emphasizes the corporate nature of forming a cooperative on the basis of private property.

V. Zinovchuk defines a cooperative as a corporate-type enterprise created through the voluntary association of material contributions and efforts of agricultural producers-owners, organization of democratic governance and risk

and income sharing in accordance with participation in the economic activities of this enterprise [326, p. 33-34].

Considering the peculiarities of the cooperative as an economic organization, V. Zinovchuk emphasizes its fundamental differences from ordinary corporations, ie those called «investor-oriented firms». Most of them are represented by joint stock companies. Co-operative enterprises and ordinary corporations have much in common because they are a corporate type of enterprise [326, p. 37]. The differences between cooperatives and non-cooperative enterprises are mainly in the relationship between the enterprise and its owners, as well as in the principle of profit sharing and net savings. The principles of investor-oriented corporations and cooperatives are presented in Table. 2.1.

Table 2.1 - Comparison of economic and legal characteristics enterprises of corporate type

Economic factors and competencies	Types of corporate enterprises		
	Cooperative type	Corporations oriented to invest	
		Joint Stock Company	Limited Liability Company
The purpose of the enterprise	meeting members' needs to maximize their income	generating profit for investors	
Defining Law Institution	membership right	right of establishment / participation	
Sources of capital	dues	investor contributions	
		reinvestment	
Obligations of participants	personal involvement	participation in the authorized capital	
Labor participation	required	optional	
Management by principle	one member – one vote	one share – one vote	one part – one vote
The highest governing body is the general meeting	members of the cooperative	shareholders	founders
Executive authority	executive directorate	board	administration
Profit sharing	depending on personal involvement	on the invested capital	

Source: own research.

Corporations are a widespread form of business organization in the world. The term «corporation» (from the Latin *corporatio* – union) in the broadest sense means the totality of persons united on the basis of guild, caste, commercial and other interests [303, p. 100]. From a modern economic and legal point of view, a corporation is an association of owners of capital to create a legal entity, giving them the authority to act and be responsible on their own, that is, separated from their co-owners [283, p. 4].

In organizational terms, the corporation constitutes a union of structures or individuals that operate in the conditions of economic and technological independence with the simultaneous exercise of certain centralized functions [283, p. 4].

The Economic Dictionary Directory, edited by S. Mochernyi, states: «A corporation in economic theory is treated as a joint-stock company in which, on the basis of centralized capital and savings of employees, collective appropriation of the results of production activities is carried out depending on the value of the received shares» [283, p. 96]. V. Savchenko deepens this view: «A corporation is not just a joint-stock company, but a large organizational and economic structure of national or international scale that arises and operates on the basis of a high level of socialization of production, concentration and centralization of capital. It may be in the form of a large firm, a single company or an association of joint stock companies (such as a holding company, a financial and industrial group)». And further: «A corporation is a complex holistic system with its purpose and the tasks assigned to it, the realization of which is achieved through the establishment of interaction of all corporate divisions».

In our opinion, the corporation should consider any integration of entrepreneurial assets (capital, production capacity, workforce knowledge, experience, etc.) in order to create the capability to best fulfill the plan and to increase on this basis profit from business activities or profit another effect foreseen by the approved strategy. By its nature, according to V. Zinovchuk, cooperatives and ordinary corporations are fundamentally different types of enterprises. If a cooperative is an association of only producers for the provision of services related to their main activity – agriculture, then joint-stock relations involve the pooling of capital, their use and profit [326, p. 37-38]. Therefore, the economic essence of the cooperative is more related to the satisfaction of the interests of participants in obtaining the necessary services, while in the joint-stock business the dominant motive is to ensure efficient use of invested capital. «In a cooperative capital is a servant, not a master», – said in 1925 O. Chayanov [272, p. 10].

The main problem of a cooperative as a business organization is the limited ability to attract investment, which often creates a shortage of capital. In addition, the social mission of cooperatives limits the scope of their activities, whereas ordinary corporations are more mobile, easily change their profile and maneuver their investments, and therefore better adapt to changes in the markets. The peculiarity and main characteristic of a cooperative organization is that its members unite in one person the co-owner of the cooperative enterprise and his client [326, p. 38].

The cooperative, at first glance, is little different from other business organizations. However, cooperative organizations have a fundamentally different, not-for-profit nature. According to V. Goncharenko's definition, a cooperative is a democratic non-profit public-economic organization of economic self-defense of the population, which aims not to profit, but to reduce the expenses of its members for consumer or production needs.

According to a well-known modern researcher of the cooperative movement of Professor W. Watkins, the main advantage of cooperatives and a significant difference from other economic organizations is that economic activity in cooperative associations of people is subject to ethical ideals [323, p. 169; 1, p. 225]. According to M. Schaars, cooperatives are no different from the enterprises of other forms with which they have to compete. Therefore, they sometimes conclude that «a cooperative is just another opportunity to trade or engage in some other business». O. Sobolev points out that the cooperative model differs from the enterprises created by entrepreneurs and investors in order to maximize profits, primarily for the purposes of «... maximizing utility and meeting certain needs...». In this definition, the author emphasizes maximizing utility rather than enterprise profit.

However, there are also a number of similar features. Enterprises of all forms enter the labor markets, capital, management services and must ensure equal pay, interest and management remuneration. Many manufacturing processes are also similar, such as packaging, sorting, transportation, processing, credit, advertising and pricing. Businesses of all shapes are committed to improving efficiency and economic performance. They are influenced by the same general economic factors – the level of employment or unemployment, expansion or narrowing of the credit market, inflation or falling prices, taxes, changes in consumption.

The cooperative in its external properties differs little from ordinary business society. A cooperative is not a charitable institution, but a self-supporting organization that works for the benefit of a group of individuals. Like business associations, cooperatives make extensive use of hired labor, personal money, loans, and other sources of finance in all civilized

countries.

All these circumstances indicate that the organizational forms of activity of cooperatives and business partnership are almost completely identical, and therefore only on the basis of comparison of general features it is impossible to determine which association of individuals should be classified in the category of cooperative, and which should be classified to an ordinary business society. The fundamental difference between cooperatives and ordinary business society is not its external, formal features, but its internal nature. If the external condition of the cooperative depends on the market conditions and real competition, the internal nature is determined by the collective relations between its members.

An ordinary business partnership exists only for profit. It is trying to maximize its investment and working capital. Raising capital by a cooperative is not a goal of its activity, but a means of achieving the corresponding goal. Unlike ordinary business partnerships, cooperatives by their economic content cannot be aimed at maximizing returns on invested capital. A cooperative is a union of people and at the same time an enterprise. The purpose of cooperation – to meet the economic, social and cultural needs of people united in cooperatives – can only be realized through the economic activities of cooperative enterprises. Understanding the dual nature of a cooperative is key to understanding the specifics of a cooperative that needs to be properly reflected in the legislation.

In this connection, one of the most prominent contemporary theorists of the international cooperative movement, German professor G. Munckner, in his book «Cooperative Principles and Cooperative Law» stated that the fundamental organizational structure of a cooperative society is defined by its dual nature as a social and economic unit of people: (on the one hand) and businesses (on the other). In addition, it is determined by a specifically cooperative goal» – the realization of the economic interests of members. In developing a cooperative law, it is difficult to connect two different components of a cooperative society – a group of people and an enterprise – and to give the organization such a form that would fit its dual nature and allow the most effective way to realize the economic interests of its members [299, p. 153].

In the future, the growth and livelihoods of cooperatives worldwide are likely to depend significantly on how firmly they will adhere to certain principles that characterize them as cooperatives. This is especially relevant for the cooperative movement in Ukraine, since virtually none of the official or universally recognized principles of the cooperative movement was fully implemented during the period of a centrally managed economy. The very

concept of cooperative principles has been the subject of discussion to date.

Cooperative principles are defined by G. Munckner as a system of abstract ideas acquired by cooperatives through their own practical experience and which have proved to be the most acceptable guidelines for those who wish to form and support the activities of cooperative societies [299, p. 13]. According to the Russian scientist A. Makarenko, cooperative principles are «... it is the strategy and tactics of cooperatives, their unions and economic enterprises, the source of their viability and uniqueness as socially oriented economic organizations» [299, p. 90]. J.J. Holiock referred to the basic principles of cooperation as consent, economy, justice, self-help.

I. Koryakov, in his rather extensive study of the principles of cooperation, concludes that «... the principle is the inner conviction of a person or a collective (community, society) that determines its relation to reality, to other people, that is, the norms of its behavior». Co-operative principles constitute the set of moral foundations of organizational, economic, social, cultural, educational and other spheres of cooperative activity. In this definition, the author clearly mixes the concepts of cooperative principles and cooperative values.

Co-operative values are to a greater extent a moral category that is inherent in all co-operatives, regardless of their sphere and region of activity. Cooperative values are the basic principle that has always been and will underpin the cooperative movement. Cooperative principles are guiding ideas by which people translate cooperative values into life. In cooperative philosophy, cooperative values are the most stable component of the cooperative values, which give humanitarian motives to cooperators.

As I. Dakhov noted: «Cooperative values are what bind us together. Cooperatives are strong with people's activity, their commitment to well-being and goodness, human friendship and cooperation, morality and culture». In his turn, S. Boek identified three types of traditional cooperative values: basic ideas, basic ethics and basic principles. This definition traces the relationship between principles and values. Cooperative principles have always attracted the attention of not only researchers but also practitioners of the cooperative movement. They have a long history of development and improvement. Various attempts have been constantly made to improve the valid formulations. The analysis of the literature on the theory of cooperation makes it possible to conclude that practically all prominent ideologues of cooperation, from its founders to modern theorists and practitioners, have contributed to the development of values and principles of cooperation.

A major study on cooperative principles was conducted in the period 1990-1992 by E. Beck, who prepared a report of the Twentieth ICA Congress in Tokyo (October 1992) on «Cooperative values in a changing world». This report,

influenced by a study conducted by O. Leidlow on «Cooperatives in 2000», as well as W. Watkins' monograph «Cooperative Principles Today and Tomorrow», formed the basis for the adoption at the 21st MCA Congress in Manchester (September 1995) Declaration of Cooperative Identity.

The discussion on cooperative principles continues and will continue in the future until the moral and ideological foundations of the cooperative movement are replaced. The problem with many formulations of principles arises from a number of shortcomings, the main ones being an attempt to elevate existing practice to the level of principle instead of formulating the principles themselves and putting them into practice, as well as trying to formulate universal principles without taking into account the particularities of cooperatives of different types and types.

At the same time, the prevailing concept of co-operatives, formulated by O. Laidlow, boils down to the following: a larger or smaller group of people commits themselves to joint actions based on democracy and self-help in order to provide services or economic activities that are both socially desirable and beneficial for all who take part in them. The cooperative principles set out in the Declaration of Co-operative Identity do not fully reflect the peculiarities of the cooperative form of association of people. Some of them are in many respects similar to the principles of activity of enterprises of other organizational and legal forms, the other permits their extended interpretation.

As a result of the research, the principles of organization of activity, which are general for all cooperatives, reflect the essence of cooperative associations as a whole as a form of protection of socio-economic interests of the population, and specific for individual types, forms and types of cooperatives are highlighted. The basic (fundamental) principles include the following:

1. Cooperative – bringing people, individuals together to solve similar socio-economic problems through self-help and mutual assistance.
2. Voluntary participation with the consent of the majority of members.
3. Openness and availability of information on the activities of the cooperative for each member.
4. Democratic governance and control. Involvement of as many members as possible at the various levels of government in the management of the cooperative.
5. Economic interest and responsibility of members.
6. Preferred service to members aimed at improving their standard of living.
7. Quality and high standards.
8. Education, training and promotion of cooperation ideas.
9. Cooperation between cooperatives.

The stated principles form the fundamental basis of the cooperative movement. The principles of activity of individual types, forms, types of cooperatives are consistent with them. The concepts of developing specific principles for cooperatives require deep reflection and broad discussion. The principles of the cooperative movement should be formulated in a systematic manner regarding new conditions and new tasks. This is necessary in order for the cooperative to be an active participant in the process of historical development, not to stand aside from solving actual problems.

2.2. ПОТРЕБА НОВАЦІЙ ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ ОБ'ЄКТІВ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ, ЇХ ОБЛІК ТА ВПЛИВ НА ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК І КОНКУРЕНТОЗДАТНІСТЬ ЕКОНОМІКИ

Виробництво продуктів творчого характеру праці людини розглядається сучасною наукою як важливий фактор економічного зростання та підвimesщення конкурентоздатності держави і який перебуває у залежності від правового регулювання. Динаміка законодавчих змін не у всьому сягла необхідного рівня гармонії та стійкості правового регулювання стосовно об'єктів інтелектуальної власності. Неповна узгодженість особистих немайнових і майнових інтересів щодо інтелектуальних продуктів людської праці спонукає до пошуку оптимальних наукових рішень, обумовлює актуальність переосмислення теоретичних питань і формування на цій основі нової довготривалої державної політики.

Інформаційне суспільство, глобалізація та стрімкий розвиток інформаційних технологій зумовлюють особливу актуальність тематики. Висвітлення проблем та виявлення прихованих невідповідностей спонукає до пошуку нових наукових шляхів їх вирішення. Інформаційне суспільство загалом будується на знаннях. Інноваційний шлях розвитку охоплює свідомість людини і суспільства загалом, торкається всіх суб'єктів, формує нові ціннісні орієнтири. Обов'язок держави – брати їх до уваги.

Загальноправові тенденції права інтелектуальної власності реалізуються зі значним відставанням, вони виявилися неадаптованими до нових технологій, зокрема таких як хмарні обрахунки, біоінформатика, тощо.

Підвищення комерційної цінності знань потребує й належного правового захисту.

Найзначніші закордонні дослідження правових парадигм у сфері інтелектуальної власності знайшли втілення у працях Арніо А., Варги Ч., Гільрой Дж. М., Денікіна З.Д., Жалінського А. Є., Коген Ж. Л., Мальцева Г.

В., Мінда Г., Нерхоти П., Овчиннікова А. І., Пеценіка А., Рорті Р., Тойбнера Г., Хабермаса Ю., Хука М. В., Шаханова В. В.

До сучасних вітчизняних дослідників належать: Атаманова Ю. Є., Білов Г. О., Бурлаков С. Ю., Литвин О. М., Ляшенко О. А., Олейко В. М., Ревак І. О., Римарчук Г. С., Ришкова Є. В., Ришкова О. В., Таратуєв Ю. О., Чулінда Л. І., Шишка Р. Б.

Проблематиці захисту інтелектуальних прав в інформаційному суспільстві окрему роль відведено в дослідженнях Баранова О. А., Близнюк І. А., Бурова О., Бурової Д., Гели А. А., Калюжного К. Р., Калятин В. О., Кашаніна А. В., Клімушина П. С., Кормич Б. А., Кохановська О. В., Марценюк О. Г., Монахова В. Н., Нагорняк Г. С., Нагорняк І. С., Наумова В. Б., Пенська А., Савельєва А. І., Стовпець О. В., Терещенко Л. К., Федотова М. А. та багато ін.

Обліковим проблемам інтелектуальних прав, як складових нематеріальних активів присвячені праці науковців: Бачинського В. І., Банасько Т. М., Валуєва Б. І., Корягіна М. В., Куцика П. О., Плекан М. В., Чік м. Ю., Шевчука В. О. та ін.

Свій внесок в теоретичні дослідження інтелектуальних прав внесли також фахівці філософії, економіки й соціології, зокрема: Біглова Г. Ф., Горlach М. Є., Козирєв А. М., Лебєдінцева Л. А., Орєхов А. М., Рязанова О. Е., Тімерханов Р. Ш., Ульянов Р. В. та ін.

За межами уваги дослідників залишаються не лише правові, а й багато досліджуваних нами економічних аспектів обліку нематеріальних активів.

Ефективність та конкурентоздатність економіки сьогодні визначається рівнем інноваційної активності, своєчасним використанням відкриттів, винаходів, раціоналізаторських пропозицій тощо. Все це відбивається на виробничій практиці підприємств, діяльності установ, організацій.

Інноваційний критерій сьогодні є висхідним в міжнародній практиці, тому претендує на ідентичний науковий підхід і у вітчизняній.

Інтелектуальна власність є формою присвоєння (в юридичному та економічному сенсі) результатів творчої інтелектуальної праці людини.

Підвищенню рівня конкурентоздатності економіки безумовно будуть сприяти:

- а) відкриття, як істотний результат фундаментальних досліджень;
- б) винаходи;
- в) раціоналізаторські пропозиції та ін. об'єкти інтелектуальної власності.

г) інновації з приводу вищеперерахованого.

Отже, існує послідовність:

$$НВ \rightarrow В \rightarrow РП \rightarrow І,$$

де НВ – наукові відкриття,
В – винаходи,
РП – раціоналізаторські пропозиції,
І – інновації.

Інноваційний розвиток буде крокувати за формулою:

$$НВ \rightarrow В \rightarrow РП = К \rightarrow ЕР,$$

де К – конкурентоздатність,
Е – економічний ріст (зростання), розвиток.

Наукові відкриття – вихідний пункт науково-технічних революцій. За ним слідує приріст знань щодо природи, суспільства, тощо.

Досліджені закономірності знаходять своє економічне та правове використання, набувають рис принадності, «звабливості» та покращують життя суспільства на кожному новому витку його розвитку.

Наука покликана завжди бути попереду, розуміти глибинну сутність та перспективи всіх процесів, які відбуваються у світі. Її розвиток відбивається на житті суспільства, ініціює зміни, спонукає до нових взаємодій.

Накопичення знань є тривалим у часі процесом. Науковці зазвичай, дотримуються тієї чи іншої наукової парадигми. А для формування нової – йдуть десятиріччя. Залучається цілий конгломерат наукових поглядів, підходів, перевірених практикою методик. Один соціокультурний лад змінює інший. А наукові відкриття уособлюють у собі вищу форму результату інтелектуальної праці й вони, безумовно, гарне підґрунтя для інновацій. Для цього останні повинні набувати цінність (ціну). На міжнародному рівні відкриття як об'єкт інтелектуальної власності вперше були задекларовані в Стокгольмській Конвенції від 14 червня 1967 року. Відповідно до неї створена Всесвітня організація інтелектуальної власності (ВОІВ), тому офіційна назва зазначеного вище міжнародного документа – «Конвенция учреждающая Всемирную организацию интеллектуальной собственности» (назва – однією з офіційних мов міжнародного спілкування – російською). Її текст було відредаговано 14.07.1967 р. Набрала чинності для України 26.04.1970 р. Отже, відкриття й для України зайняли своє чільне місце поряд з винаходами як об'єкти інтелектуальної власності.

Наукові відкриття повинні мати державну реєстрацію. У зв'язку з цим існує нагальна потреба законодавчих змін. Правотворення у сфері інтелектуальної власності, правові новації – реальна потреба часу.

Доцільною, на сьогодні, видається наукова класифікація відкриттів. Адже, кожна сфера наукових інтересів завжди тісно пов'язана з ними. В один ряд з природничими повинні стати екологічні, гуманітарні та ін. суспільні відкриття. Це те важливе підґрунтя на якому зводиться тривкий

фундамент, та чи інша наукова парадигма.

Важливим у сенсі праворегульованого підходу є як гідна економічна оцінка майнового права власника (суб'єкта) відкриття, так і можливість наступного поштового та вільного суспільного використання. Це сприятиме науковому прогресу (справа майбутнього), науковій революції (стрімкі зміни у рамках короткого часового проміжку), вільній еволюції (адаптації) отриманих знань. Дозволить швидке, своєчасне та планомірне включення вивчення відкриттів в загальноосвітній процес, задля належного, осучасненого формування майбутньої професійної свідомості молоді.

Основні матеріальні витрати щодо патентування несе заявник, маючи з цього передусім, лише певну «інтелектуальну насолоду», моральне задоволення досягнутим результатом і захист особистих немайнових прав, та не маючи, при цьому, швидкого економічного зиску (інтелектуальні продукти не завжди набувають рис практичного втілення за життя їх автора). Так, фактично суспільно найцінніша інтелектуальна та творча праця людини стає відразу «надбанням» людства без жодних правових (законних) гарантій гідної економічної (вартісної) оцінки такої праці людини.

Сьогодні існує такий показник як індекс винахідницької активності, але не існує такого показника як економічна доцільність, витребуваність винаходу та його первинна цінність у зв'язку з наведеним. Спонтанність винахідництва – фактор який не сприяє поступальному суспільному розвитку. Держави повинні окреслювати, принаймні, основні напрями для витребуваного винахідництва. Проведення реальних заходів щодо винахідницької активності – вимога часу. Залучення молоді до цього процесу та економічне стимулювання – державний обов'язок. Комерціалізація об'єктів інтелектуальної власності, державна підтримка інновацій – важливий курс.

Наукові відкриття, винаходи та інші об'єкти інтелектуальної власності це наш ресурс для розвитку, реальне багатство України. Прийшов час виводити його з «віртуальної реальності», оскільки це те, що вивисує і доповнює людину, як найвищу соціальну цінність і покликане слугувати важливим довершенням «добробуту» всіх і в інтелектуальному й, фактично, побутовому сенсі.

Інновації за своєю природою покликані підпорядковувати собі соціальний світ і бути його динамічною (рухомою) красою розвитку. У кінцевому підсумку вони стосуються вже не конкретного підприємства, установи чи організації, а людини, як найважливішого складового елемента реального суспільного буття.

Конкурентоздатність економіки напряду залежить від інноваційної активності.

За останньою науковою думкою існують такі види інновацій:

- основні (базисні);
- покращуючі;
- псевдоіновації. Їх виділив Герхард Менш. [176]

Саймон Кузнець запропонував науково цікавий термін: «епохальні інновації» [297].

Ми ж пропонуємо науковому світу наступну класифікацію:

- а) архаїчні (застарілі);
- б) витребувані часом (сучасні, теперішні, актуальні);
- в) майбутні, ті які складно реально втілити, виходячи з рівня суспільного розвитку.

Макроекономічна роль нововведень полягає в розширенні виробництва підприємств та окресленні інтенсивного шляху їх розвитку.

Конкурентоспроможний господарюючий суб'єкт характеризується наступними ознаками:

а) веденням власної активності науково-дослідницьких робіт і набуттям (купівлею) прав на об'єкти інтелектуальної власності створені іншими;

б) захистом інтелектуальної власності (нематеріальних активів) та їх обліком;

Загалом інтелектуальна власність стає головним стратегічним ресурсом, який робить внутрішньодержавну економіку конкурентоздатною.

Будь-яка криза з теоретичної точки зору має структурований вигляд. І важливе місце у цій структурі займають недоліки правового регулювання, зокрема – у сфері інтелектуальної власності.

«Недоліки» законодавства, вірніше відсутність певного правового регулювання, правових норм, несформованість окремих витребуваних часом інститутів, відділених досконалих галузей – «лікується» тими ж інноваціями (новаціями законодавства), кропіткою творчою інтелектуальною працею у заданому напрямку та творенням нових правових норм для «залатування» відповідних прогалин у праві. Інакше, – загостриться проблема «морального зносу» правової бази, що знайде свій негативний прояв у нігілізмі щодо інтелектуальної праці, її ігноруванні суб'єктами суспільного буття, відкиданні, в байдужості молоді щодо освіти, прогресу, тощо.

Будь-які управлінські рішення набувають нових якостей через активне використання інновацій, їх потенційних економічних та розвиткових можливостей.

Комерціалізація наукових знань повинна мати сприятливі умови на українських підприємствах. Прогресивна думка має бути об'єднаною з

виробником. Результатом інтеграції будуть зразки продукції з високою споживчою цінністю. Без цього – витрати на виробництво будуть значними, а життєвість продукції та її конкурентоздатність – низькою.

Дозволимо собі сміливо та впевнено погодитись з парадоксом відомого бізнес-мислителя Пітера Друкера, зміст якого полягає у тому, що підприємництво, яке ґрунтується на нововведеннях (інноваціях), пов'язане з меншим ризиком, ніж оптимізація традиційних процесів. На його думку, немає нічого більш ризикованого, аніж оптимізація там, де можна застосувати нововведення [145]. Оздоровна економічна рівновага економічної системи напряду залежить від інноваційної діяльності підприємців. А така рівновага, у свою чергу, стає гарантією стійкого розвитку будь-якої системи, за будь-яких конкурентних умов реальної дійсності.

Об'єкти інтелектуальної власності з точки зору бухгалтерського обліку віднесено до нематеріальних активів. Визнання, класифікація, оцінка та облік нематеріальних активів визначено Положенням (стандартом) бухгалтерського обліку 8 «Нематеріальні активи», у якому міститься їх визначення: Нематеріальний актив – немонетарний актив, який не має матеріальної форми та може бути ідентифікований.

Нематеріальні активи мають властиві ознаки, що відрізняють їх від матеріальних активів:

- 1) наявність великого ступеня невизначеності з приводу майбутніх вигод, що можуть походити з факту використання нематеріального активу;
- 2) вартість нематеріальних активів має більш широку амплітуду, тому що в значній мірі залежить від конкуренції;
- 3) нематеріальні активи можуть мати цінність тільки для одного підприємства.

Придбаний або отриманий нематеріальний актив відображається в балансі тільки в тому випадку, якщо: існує ймовірність одержання майбутніх економічних вигод, пов'язаних з його використанням; його вартість може бути достовірно визначена.

Якщо нематеріальний актив не відповідає зазначеним критеріям визнання, то витрати, пов'язані з його придбанням чи створенням, визнаються витратами того звітного періоду, протягом якого вони були понесені.

В світовій практиці нематеріальні активи класифікують за:

1. Нематеріальні активи, пов'язані з ринком. Активи, що найбільше використовуються в маркетингу, при просуванні товарів і послуг. Наприклад, торгові марки, фірмові імена, газетні заголовки, доменні імена.
2. Нематеріальні активи, пов'язані з замовником. Утворюються в результаті взаємодії з партнерами. Наприклад, список замовників (клієнтів),

невиконаних замовлень.

3. Нематеріальні активи, пов'язані з мистецтвом. Авторські права на літературні, музичні твори, картини, фотографії, відео та аудіовізуальні матеріали.

4. Нематеріальні активи, пов'язані з договором (контрактом). Репрезентують вартість прав, що впливають з договору (контракту). Наприклад, франшиза (спеціальний вид ліцензування, коли компанія - власник відомої торгової марки надає іншій компанії право розміщувати цю торгову марку на своїй продукції, але при цьому одержує право контролю за якістю та іншими характеристиками продукції компанії - франчайзера), ліцензії, дозвіл на будівництво, право на радіомовлення.

5. Нематеріальні активи, пов'язані з технічними та прикладними науками, інновацією та технічним прогресом. Наприклад, запатентовані технології та секрети виробництва.

6. Гудвіл. Гудвіл можна продати тільки разом з підприємством. Всі нематеріальні активи, які важко ідентифікувати або оцінити, відносять до гудвілу.

В цілях ведення бухгалтерського обліку та нарахування амортизації об'єкти нематеріальних активів у суб'єктів господарювання потребують групування (класифікації). Класифікація нематеріальних активів відповідно до П(С)БО [185] та норм Податкового кодексу України [184] наведена у табл. 2.2.

Таблиця 2.2 - Класифікація груп нематеріальних активів та мінімально допустимі строки їх амортизації*

Групи	Строк дії права користування
група 1 – права користування природними ресурсами (право користування надрами, іншими ресурсами природного середовища, геологічною та іншою інформацією про природне середовище);	відповідно до правовстановлюючого документа
група 2 – права користування майном (право користування земельною ділянкою, крім права постійного користування земельною ділянкою, відповідно до закону, право користування будівлею, право на оренду приміщень тощо);	відповідно до правовстановлюючого документа
група 3 – права на комерційні позначення (права на торговельні марки (знаки для товарів і послуг), комерційні (фірмові) найменування тощо), крім тих, витрати на придбання яких визнаються роаялті;	відповідно до правовстановлюючого документа
група 4 – права на об'єкти промислової власності (право на винаходи, корисні моделі, промислові зразки,	відповідно до правовстановлюю

Групи	Строк дії права користування
сорт рослин, породи тварин, компонування (топографії) інтегральних мікросхем, комерційні таємниці, в тому числі ноу-хау, захист від недобросовісної конкуренції тощо) крім тих, витрати на придбання яких визнаються роялті;	ючого документа, але не менш як 5 років
група 5 – авторське право та суміжні з ним права (право на літературні, художні, музичні твори, комп'ютерні програми, програми для електронно-обчислювальних машин, компіляції даних (бази даних), фонограми, відеограми, передачі (програми) організацій мовлення тощо) крім тих, витрати на придбання яких визнаються роялті;	відповідно до правовстановлюючого документа, але не менш як 2 роки
група 6 – інші нематеріальні активи (право на ведення діяльності, використання економічних та інших привілеїв тощо)	відповідно до правовстановлюючого документа

* Джерело [184]

Всі групи нематеріальних активів класифікуються за двома ознаками: нематеріальні активи із визначеним строком корисного використання; нематеріальні активи із невизначеним строком корисного використання.

Основні напрямки надходження нематеріальних активів:

1. Придбання за оплату;
2. Надходження в обмін на подібні і неподібні об'єкти активів;
3. Створення (розробка);
4. Одержання від засновників якості внеску в статутний капітал;
5. В якості внеску в статутний капітал;
6. Безоплатне одержання.

Нормативними документами визначено види оцінки нематеріальних активів.

Первісна вартість об'єктів нематеріальних активів, який придбаний за грошові кошти, складається з таких витрат:

1. Суми, що сплачують постачальникам активів (без непрямих податків);
2. Реєстраційні збори, державне мито та аналогічні платежі, що здійснюються в зв'язку з придбанням (отриманням) прав на об'єкт;
3. Суми ввізного мита;
4. Суми непрямих податків у зв'язку з придбанням (створенням) (якщо вони не відшкодовуються підприємству);

5. Витрати зі страхування ризиків доставки;
6. Витрати на транспортування, установку, монтаж, налагодження;
7. Інші витрати, безпосередньо пов'язані з доведенням об'єкту до стану, у якому вони придатні для використання із запланованою метою.

Первісна вартість нематеріального активу придбаного в обмін на подібний об'єкт активів дорівнює залишковій вартості переданого об'єкта нематеріальних активів; якщо залишкова вартість переданого об'єкта є більшою за його справедливу вартість, то різниця між ними включається до складу витрат звітного періоду, а первісна вартість придбаного об'єкту нематеріальних активів дорівнює його справедливій вартості.

Первісна вартість нематеріального активу придбаного в обмін на неподібні об'єкт дорівнює справедливій вартості нематеріального активу.

Первісна вартість нематеріального активу створеного силами самого підприємства дорівнює його фактичній собівартості, що визначена згідно П(С)БО 16 «Витрати», крім витрат:

1. На дослідження;
2. На підготовку та перепідготовку;
3. На реклами та просування продукції на ринку;
4. На створення, реорганізацію та переміщення підприємств;
5. На підвищення ділової репутації підприємства.

Згідно П(С)БО 8, нематеріальний актив визнається активом в результаті розробки підприємством за дотримання умов:

1. Якщо підприємство має намір, технічну можливість і ресурси для доведення нематеріального активу до стану придатного для його використання;

2. Якщо підприємство має можливість одержання економічних вигод від використання або реалізації нематеріального активу;

3. Якщо підприємство має інформацію щодо достовірного визначення загальної суми витрат на виробництво і розробку нематеріального активу.

Первісна вартість нематеріального активу одержаного в якості внеску в статутний капітал дорівнює його справедливій вартості погодженій між засновниками.

Первісна вартість нематеріального активу, що одержаний безоплатно дорівнює його справедливій вартості на дату одержання.

Справедлива вартість – сума, за якою може бути здійснений обмін активу, або оплата зобов'язання в результаті операції між обізнаними, зацікавленими та незалежними сторонами. Справедлива вартість встановлюється при проведенні оціночної експертизи професійними оцінювачами.

Залишкова вартість – різниця між первісною (переоціненою) вартістю і сумою нарахованого (накопиченого) зносу. Для обліку і узагальнення

інформації про наявність та рух нематеріальних активів визначено рахунок 12 «Нематеріальні активи». Взаємозв'язок залишків на рахунках бухгалтерського обліку та статей Балансу, за яким відображаються нематеріальні активи, наведено у табл. 2.3.

Таблиця 2.3 - Взаємозв'язок залишків на рахунках бухгалтерського обліку та статей Балансу, за яким відображаються нематеріальні активи*

Статті Балансу		Рахунок	
найменування	код	найменування рахунку	код
Нематеріальні активи			
залишкова вартість	1000	Розрахункова сума = рядок 031 – рядок 032	
первісна вартість	1001	Права користування природними ресурсами	111
		Права користування майном	112
		Права на комерційні позначення	113
		Права на об'єкти промислової власності	114
		Авторське право та суміжні з ним права	115
		Інші нематеріальні активи	116
Накопичена амортизація	1002	Накопичена амортизація нематеріальних активів	132

* Табл. сформовано на основі [183, 185]

За дебетом рахунку 12 «Нематеріальні активи» відображається придбання або отримання в результаті розробки (від інших фізичних або юридичних осіб) нематеріальних активів, які обліковуються за первісною вартістю, та сума дооцінки таких активів, за кредитом – вибуття внаслідок продажу, безоплатної передачі або неможливості отримання підприємством надалі економічних вигод від його використання та сума уцінки нематеріальних активів. Облік придбання нематеріальних активів за грошові кошти наведено у табл. 2.4.

Вибуття (списання з балансу) об'єктів нематеріальних активів та нематеріальних активів відбувається в наслідок:

- безоплатної передачі;
- невідповідності критеріям визнання активом;
- прийняття рішення про відчуження (продаж за грошові кошти, бартер, внесення до статутного капіталу об'єкту інвестування тощо).

Таблиця 2.4 - Облік придбання нематеріальних активів за грошові кошти*

Зміст операції	Документ, яким оформляється операція	Дебет	Кредит
Сплачено постачальнику за об'єкт нематеріального активу	Платіжне доручення, виписка з рахунку	371	311
Нарахований податковий кредит з податку на додану вартість	Податкова накладна	644	631
Отримано об'єкт нематеріального активу від постачальника	Накладна або акт приймання-передавання	154	631
Податковий кредит з ПДВ визнано в розрахунках з бюджетом	Податкова накладна	641	644
Закриття розрахунків з постачальниками за рахунок попередньої оплати	Накладна, рахунок постачальника	631	371
Введення придбаного об'єкта в експлуатацію за первісною вартістю	Акт форми НА-1	12	154

* Табл. сформовано на основі [183, 185]

Операції з безоплатного надання нематеріальних активів відповідно до пп. 14.1.202 ПКУ прирівнюються до операцій постачання (продажу). Згідно із п. 188.1 ПКУ у разі постачання виробничих або невиробничих засобів, інших товарів/послуг без оплати, базою оподаткування ПДВ визначається виходячи з їх договірної (контрактної) вартості, але не нижче звичайних цін. (табл. 2.5).

Узагальнення інформації про нараховану амортизацію (накопиченої амортизації) та індексацію зносу необоротних матеріальних і нематеріальних активів, що підлягають амортизації призначений рахунок 13 "Знос необоротних активів".

Рахунок 13 "Знос необоротних активів" має такі субрахунки:

131 "Знос основних засобів"

132 "Знос інших необоротних матеріальних активів"

133 "Накопичена амортизація нематеріальних активів"

134 "Накопичена амортизація довгострокових біологічних активів"

135 "Знос інвестиційної нерухомості"

Таблиця 2.5 - Облік безоплатної передачі нематеріальних активів*

№ з/п	Зміст операції	Документ, яким оформляється операція	Дебет	Кредит
1	Списання суми раніше накопиченої амортизації об'єкту нематеріального активу	Накладна або акт вибуття (форма № НА-3)	133	12
2	Списано залишкову вартість об'єкту основного засобу	Накладна або акт вибуття (форма № НА-3)	976	12
3	Нараховане зобов'язання з ПДВ	Податкова накладна	976	641

* Табл. сформовано на основі [176, 185]

За кредитом рахунку 13 "Знос необоротних матеріальних активів" відображається нарахування амортизації (накопиченої амортизації) та індексації зносу необоротних активів, за дебетом - зменшення суми зносу (накопиченої амортизації) (табл. 2.6).

Таблиця 2.6 - Облік амортизації нематеріальних активів*

№ з/п	Зміст операції	Документ, яким оформляється операція	Дебет	Кредит
1	2	3	4	5
1	Накопичено амортизацію об'єктів нематеріальних активів, що використовуються в адміністративних цілях	Розрахунок амортизації	92	133
2	Накопичено амортизацію об'єктів нематеріальних активів, що використовуються у цілях збуту	Розрахунок амортизації	93	133
3	Накопичено амортизацію об'єктів нематеріальних активів, що використовуються загальнопромислових цілях	Розрахунок амортизації	91	133
4	Накопичено амортизацію об'єктів нематеріальних активів, що використовуються у виробництві	Розрахунок амортизації	23	133

* Табл. сформовано на основі [183, 185]

Аналітичний облік зносу (накопиченої амортизації) необоротних активів

ведеться відповідно за видами нематеріальних активів.

Отже, об'єкти інтелектуальної власності обліковуються за субрахунком 115 «Авторське право та суміжні з ним права». Однак діючі нормативні документи не в повній мірі враховують економічні особливості та структуру таких прав.

Отже, можна зробити такі висновки:

1. Відкриття, винаходи, раціоналізаторські пропозиції та ін. об'єкти інтелектуальної власності й пов'язані з ними інновації суттєво впливають на підвищення конкурентоздатності економіки.

2. Продукти інтелектуальної власності потребують окремого правового регулювання та особливої державної цінової політики.

3. Держава повинна сприяти максимальному включенню вивчення відкриттів у загальноосвітній процес для формування правильних світоглядних бачень та з метою виникнення в майбутньому на їх основі нових відкриттів носіями прогресивних знань для докорінних гуманістичних змін людства.

4. Новації не пов'язані з ризиком, якщо вони економічно зважені та застосовуються для балансу і стійкого розвитку певної системи.

5. Інноваційна діяльність сприяє пристосуванню до конкурентних умов реальної дійсності.

6. Потребують подальшого дослідження методи оцінки об'єктів інтелектуальної власності.

7. З огляду на широкий перелік видів об'єктів інтелектуальної власності доцільно у реєстрах обліку відкривати окремі субконто за видами об'єктів інтелектуальної власності. Це забезпечить належний контроль за їх надходженням, наявністю та убезпечить дотримання правових норм володіння та використання.

2.3. ІНТЕЛЕКТУАЛІЗАЦІЯ ЕКОНОМІКИ І ЗМІНИ У ЗМІСТІ ПРАЦІ ФАХІВЦІВ

У світовій економіці, національних економіках відбуваються принципово нові процеси, які визначають, в кінцевому підсумку, майбутнє економіки. До найбільш характерних тенденцій, особливостей розвитку сучасної економіки дослідники відносять, зокрема, інформатизацію суспільних відносин, прискорення темпів науково-технічного прогресу, формування економіки знань, зростання ролі людського чинника виробництва [232, с. 30].

Наукова спільнота дійшла висновку, що сучасне суспільство

знаходиться на шляху до нового рівня свого розвитку, досягнення якого дозволить і називати його по-новому – інформаційним. Воно вже зараз проявляється у таких особливостях, як:

- накопичення і рух великої кількості інформації;
- велика важливість саме вищої освіти;
- зростання уваги щодо здійснення наукових досліджень;
- потреба у неперервній освіті населення тощо.

За всю історію на планеті нагромаджено величезний запас знань, потенціал якого не піддається виміру. Зараз людство переживає третій, після появи писемності і друкарства, інформаційний переворот – народження могутніх інтелектуальних систем, заснованих на комп'ютерній і сучасній телекомунікаційній техніці. Історична значимість і соціальні наслідки цього перевороту залежать від нового світорозуміння, пов'язаного з новою гносеологією і новою онтологією.

Серед характерних особливостей інформаційного суспільства виділяють такі:

- однією з головних форм розвитку суспільства стає інформаційна економіка;
- забезпечення пріоритету інформації порівняно з іншими ресурсами;
- інформаційно-комунікативні технології, формуючи єдиний інформаційний простір світового електронного ринку, охоплюють ринок електронних послуг.

Інформаційний сектор економіки є основою для поступової трансформації традиційних форм господарювання в економічну систему нового типу – економіку знань.

Інформаційне середовище економічної діяльності господарюючих суб'єктів формується під впливом двох протилежних тенденцій, а саме прагнення підприємств до інтеграції з метою об'єднання зусиль в конкурентній боротьбі, розширення доступу до інформаційних ресурсів і поліпшення інформаційної взаємодії, з одного боку, а з іншого – прагнення до створення інформаційних бар'єрів з метою забезпечення комерційної безпеки і конкурентних переваг.

За даними спеціальних наукових досліджень, проведеними незалежно у декількох країнах, знання швидко застарівають. І темпи оновлення знань прискорюються. Спостерігається «обвальне» нарощування знань: період подвоєння обсягу наукової інформації і знань у XIX столітті становив близько 50 років. Протягом XX століття цей термін скоротився до 5 років і демонструє тенденцію до подальшого скорочення.

Європейський Союз знаходиться напередодні принципових змін у національних і міжнародних економічних системах, визначених

результатом глобалізації економік і розвитком господарства, що передбачають знання. Члени Ради Європи виробили спільну стратегічну ціль, згідно з якою економіка країн ЄС повинна стати найбільш конкурентоспроможною і динамічною у світі, що передбачуватиме знання, здатного до тривалого зростання. Незважаючи на те, що окреслені на друге десятиліття терміни реалізації цілі були порушені в результаті двох хвиль світової фінансової кризи, можна стверджувати, що не тільки окремі галузі, а й цілі господарські комплекси ряду розвинених країн світу вже працюють на засадах економіки знань.

Інноваційний розвиток суспільства пов'язаний із зміною місця і ролі людського капіталу. Інформатизація й процес інтелектуалізації праці вимагають нових підходів до управління працівниками підприємства. Ці підходи мають враховувати нові, характерні для сучасної економіки мотиви діяльності людей: участь в управлінні виробництвом, бажання оновлювати продукцію і технології, удосконалювати методи роботи, реалізувати власний творчий потенціал і самовдосконалюватися. Процеси інформатизації економіки й інтелектуалізації праці стають важливими чинниками зрушень у кадрових структурах, зумовлюють необхідність формування інтелектуальної еліти підприємства, а відтак і принципових змін у системі управління підприємством [232, с. 9].

В основі системи характеристик сучасного працівника лежать знання – фундаментальний показник якості інтелектуального капіталу. Загальноновизнаною стала думка про те, що сьогодні тільки через знання можна створити і розвивати економіку, здатну бути конкурентоспроможною і забезпечувати сучасний рівень життя населення. Це стосується економіки всіх рівнів – підприємств, галузей, регіонів, країн.

В умовах економіки знань формується суспільство нового типу. В його основі – людина, її власний інтелектуальний капітал, під яким зазвичай розуміють:

- накопиченні корисні знання, інтелектуальний матеріал, який сформований, закріплений за підприємством і використовується для виробництва ціннішого майна. Розум стає майном, коли під впливом сили мозку створюється щось корисне, що має певну форму: перелік відомостей, база даних, опис процесу тощо;

- знання, інформацію, досвід, організаційні можливості, інформаційні канали, які можна використовувати, щоб створювати багатство. Це знання, які можуть бути конвертовані у вартість, іншими словами, це сума всього того, що знають і чим володіють працівники, а також того, що формує конкурентоспроможність підприємства;

- економічну цінність двох категорій невідчутного майна підприємства:

організаційний (структурний) капітал і людський капітал. До структурного капіталу відносяться власні системи програмного забезпечення, організація дистрибуційно-мережевої роботи, канали збуту і постачання. До людського капіталу відносяться людські ресурси всередині підприємства (ресурси персоналу), а також зовнішні людські ресурси підприємства (ресурси покупців і постачальників);

- капітал, створений людським і/або машинним штучним інтелектом та представлений інтелектуальними ресурсами [232, с. 10].

Тож, В. Геєць, пропонує таке визначення економіки знань: це економіка, в якій і спеціалізовані, і повсякденні знання є джерелом зростання. Застосування таких знань разом із природними ресурсами, капіталом і працею роблять домінуючим фактором процеси їх накопичення й використання, у результаті чого постійно зростає конкурентоспроможність економіки. В економіці знань визначальним є інтелектуальний потенціал підприємства, на який вона спирається і який є сукупністю повсякденних (буденних) і спеціалізованих (наукових) знань, накопичених у свідомості людей та матеріалізованих у технічних способах виробництва [59, с. 6].

Підвищення ролі людського капіталу стало ще однією характерною особливістю сучасної економіки. На сьогодні він став головним джерелом зростання багатства, прибутків. Це підтверджує досвід, перш за все, високотехнологічних компаній. Загальноновизнана роль людського капіталу вимагає теоретичного та практичного переосмислення суті капіталу, його структури, уточнення місця людського капіталу й визначення відповідних інструментів використання нових економічних уявлень у процесі розширеного виробництва.

Україна визначила вектор свого майбутнього розвитку. Це інтеграція до європейської спільноти, до європейського економічного простору. Тож стратегічні цілі розвитку економіки країн ЄС повинні стати цілями і вітчизняної економіки.

Сутність економіки знань – це інновації на основі знань – фундаментального показника якості інтелектуального капіталу. Оскільки базовим чинником виробництва, замість традиційно прийнятого фінансового, матеріалізованого капіталу підприємства є інтелектуальний капітал. Менеджери виробництва повинні володіти методами управління цією формою капіталу, передбачаючи методи його оцінки, аналізу, планування, прогнозування, обліку, контролю, організації, регулювання, стимулювання тощо.

У загальному розумінні економічна теорія визначає людський капітал як освіту, професійні знання, інтелектуальний потенціал, накопичення виробничого досвіду, що застосовується в економічній діяльності. Поряд із

соціальним, структурним і споживчим капіталом – це важлива складова інтелектуального капіталу підприємства. Інтелектуальний капітал в умовах економіки знань виходить на позицію основного чинника виробництва, формування доданої вартості і прибутку підприємства.

Теоретичні засади формування і використання інтелектуального капіталу на підприємстві, у тому числі людського капіталу, дослідження кругообігу капіталу підприємства в умовах розширеного відтворення проведено у [98, с. 79–89]. Сучасне розуміння ролі людського фактору виробництва, сутності поняття інтелектуального капіталу дало змогу авторам уточнити модель кругообігу капіталу підприємства і визначити в ньому місце інтелектуального капіталу. Запропонована модель [154] надає можливості менеджерам підприємства сформулювати систему управління розвитком сукупного інтелектуального капіталу підприємства як інструмент забезпечення інноваційного розвитку, отримання високих прибутків, забезпечення стабільної діяльності і конкурентоспроможності підприємства. Зазвичай така система носить назву системи управління трудовою, творчою активністю працівників підприємства.

Всі характеристики інтелектуальних ресурсів з погляду інтелекту, освіченості, кваліфікації, вмінь, навиків і досвіду відіграють і відіграватимуть у майбутньому ключову роль у формуванні конкурентоспроможності підприємств та національних економік, що спричинятиме зміни в характері конкуренції на світових ринках, визначатиме місце країни в міжнародному поділі праці.

Базовою складовою, особливістю формування капіталу доходів, прибутків компаній, зайнятих у високотехнологічних галузях, є висока питома вага інтелектуального капіталу у загальному обсязі їх капіталу. Вартість інтелектуального капіталу компаній, задіяних у сферах високих технологій, як правило, у 3-5 разів перевищує вартість їх поточних доходів, і від 3 до 100 разів, а іноді навіть більше – вартість традиційних матеріальних активів. Наприклад, нематеріальні активи у вартості компанії IBM складають 83%. Провідні транснаціональні компанії світу найпривабливішими інвестиціями вважають ті, які забезпечують накопичення інтелектуального капіталу. Все більшого практичного підтвердження набуває розуміння, що темпи переходу до постіндустріальної стадії, до економіки знань в значній мірі залежать від того, наскільки масштабно і ефективно використовуються результати творчої діяльності працівників.

За деякими оцінками, частка вартості знань у загальній вартості продукції безперервно зростає і вже перевищує 50%. А це означає необхідність розробки нових моделей інтелектуального забезпечення

інноваційного розвитку підприємств, що сприятиме підвищенню конкурентоспроможності не тільки окремих господарюючих суб'єктів, але і країни в цілому, і відповідно, неминуче призведе до зростання добробуту її населення. У зв'язку з цим постає необхідність визначення значущості системи освіти в інтелектуальному забезпеченні, напрямів, моделей і механізмів її розвитку для підтримки та активізації інноваційного зростання підприємництва. Для ефективного рішення цієї задачі повинні змінитися відносини між системами освіти та ведення бізнесу, які на даний момент роз'єднані і розвиваються незалежно, автономно, що стримує процеси інтелектуалізації та інноватизації підприємництва.

Основними джерелами інтелектуальних ресурсів є наука, освіта та інноваційне виробництво, які пов'язані між собою, а основною їх зв'язуючою ланкою є і завжди буде суспільство, тобто його знання, досвід, уміння та здібності, що є двигуном економічного росту організацій і держави. Нарощування і доцільне використання інтелектуального ресурсу будь-якої організації в умовах інноваційно-орієнтованого середовища є важливим аспектом для її діяльності. Тому, інтелектуальні ресурси є основою сучасної економіки, яка відповідає новим потребам суспільства і людини.

За останні десятиліття кардинально змінилася система генерації і передачі знань, а їх обсяг багаторазово зріс. Сьогодні не можна за один раз, навіть за 5 або 6 років, підготувати людину для професійної діяльності на все життя. Нині щорічно обновляється близько 5% теоретичних і 20% професійних знань. Одиниця виміру старіння знань фахівця, прийнята у США – період «напіврозпаду» компетентності, тобто зниження її на 50% унаслідок появи нової інформації, показує, що за багатьма професіями цей період настає менш ніж через 5 років, тобто стосовно вітчизняної системи вищої освіти часто раніше, ніж закінчується навчання. Вирішення проблеми полягає в переході до освіти протягом життя, де базова періодична освіта повинна доповнюватися програмами додаткової освіти й організується не як кінцева, завершена, а лише як основа, фундамент, що доповнюється іншими програмами. Це вимагає, щоб випускник закладу вищої освіти (ЗВО) крім отриманих знань у вузькій професії ще на студентській лаві розвинув свої здатності до навчання протягом всього професійного життя, розвинув навички комунікації, адаптивності, самовдосконалення, організаційної й групової ефективності та низку інших якостей.

Знання, інтелектуальний капітал в недалекому майбутньому перетвориться в основне джерело багатства підприємства, будуть запорукою його прибутковості і конкурентоспроможності. На цьому принципово важливому, методологічному посиленні повинна будуватися діяльність випускника ЗВО, у першу чергу менеджерів виробництва,

персоналу, фахівців з економіки та організації праці. Динамічні зміни в економіці, високі темпи розвитку прикладної науки додатково вимагатимуть від майбутнього фахівця безперервного оновлення своїх знань і готовності навчатися впродовж усього професійного життя.

У сучасному суспільстві основою багатства, запорукою конкурентоспроможності і розвитку стає творчий потенціал людей. Сучасне підприємство – це виробник не стільки товарів, скільки знань. А інтелектуальний капітал підприємства у більшій мірі, ніж фізичні активи і фінансовий капітал, стає його стійкою конкурентною перевагою.

В нинішніх умовах господарювання на перший план виходить людина як основний і безпосередній носій знань. Відбувається розширення використання інтелектуальної праці та стрімкий кількісний та якісний розвиток середнього класу, роль якого постійно підвищується. Тому майбутнє України слід пов'язувати з прискореними темпами розвитку на основі збереження існуючого інтелектуального капіталу, забезпечують швидке практичне втілення нових знань у нову продукцію, виробничі та організаційні схеми, системи, структури тощо. Причому у розвинених країнах компанії-лідери створюють системи управління знаннями, які охоплюють процеси генерування та здобуття знань, їх формалізацію, засвоєння, накопичення, передачу, збереження, захист і використання. Для створення та підтримання конкурентних переваг і високої ефективності діяльності компаній важливим стало постійне навчання персоналу. Це змушує їх забезпечити більш швидке навчання, ніж у конкурентів, і більш швидке, ніж зміни, що відбуваються у зовнішньому середовищі, навчатися усередині (один у одного та груп) і ззовні організації (у постачальників і споживачів), навчатися у галузях, раніше не відомих, створювати сценарії й навчатися за їх допомогою тощо [12, с. 30].

Тож з розвитком економіки в умовах дефіцитності багатьох видів ресурсів на перший план виходить людина. Вона завжди створювала матеріальні та духовні цінності і одночасно була і є кінцевим їх споживачем. З поступовим переходом до суспільства знань роль людини зростає. Саме людина генерує, тиражує та використовує знання для виробництва продукції, виконання робіт і надання послуг, нарощування ефективності виробництва та підвищення ефективності самих знань, які без людини не існують і самі по собі нічого не варті. Тому саме людина, причому людина розвинена, високоінтелектуальна, розглядається як головний елемент системи суспільного виробництва, який повинний постійно знаходитися в центрі уваги і який мусить розвиватися в першу чергу. І саме людині, а не виробництву в цілому, повинна приділятися головна увага.

П. Друкер писав, що капіталізм поступається дорогою «суспільству

знань», капітал, як головний засіб економіки, замінюється знанням [65]. Визнаний економіст-дослідник має на увазі перехід економіки від матеріальних об'єктів до знань. Ж.-Ф. Ліотару, розвиваючи цю думку, наголошує, що знання (які є суб'єктивованою інформацією) стають фактором виробництва, і неминуче перетворюються в той же час на товар. У такому контексті тут же закладаються і підвалини теорії економіки знань.

Широкі дослідження процесів перетворення знань в безпосередньо продуктивну силу активно проводилися в другій половині минулого століття. Особлива увага дослідників приділялася країнам, які і відносно, і абсолютно бідні природними ресурсами та завдяки домінанті знань досягли значних успіхів у своєму розвитку.

Розглядаючи окремі аспекти перетворення знання у чинник економічного зростання, ми дотримуємося принципово важливого висновку, сформульованого авторами монографії, присвяченої сукупності проблем становлення і перспектив розвитку економіки знань, в якій обґрунтована точка зору, згідно з якою формування економіки знань не може відбуватися у відриві від суспільства знань, у якому, відповідно до методології соціального проектування, зазначені процеси розглядаються як своєрідний модернізаційний проект, що охоплює все суспільство у цілому й економіку зокрема. При цьому автори вважають, що технологічний варіант економіки знань, який у ряді випадків пов'язується з розвитком, щонайперше, інформаційно-телекомунікаційних технологій, приречений на невдачу, бо він не забезпечує масової активності населення у процесах творчого перетворення, що відбувається [97, с. 11].

Поняття «економіка знань», або «економіка, заснована на знаннях», виражає спосіб виробництва матеріальних благ, що набуває важливого значення в новому тисячолітті. Економіка знань – це економіка, яка створює, розповсюджує та використовує знання для забезпечення свого зростання і конкурентоспроможності. У такій економіці знання збагачують усі галузі всі сектори і всіх учасників економічного процесу. Вона не тільки використовує знання в різноманітній формі, але й створює їх у вигляді науково-технічної та високотехнічної продукції, висококваліфікованих послуг і освіти.

Принциповими, на наш погляд, є твердження авторів, що формування економіки знань означає зміну інституційних основ функціонування господарської системи, оскільки змінюються правила і норми економічної поведінки людей, їх пріоритети і цінності. Діяльність, пов'язана з добуванням і збереженням знань, відокремлюючись від матеріального виробництва, залишається підпорядкованою йому. Інститут збереження знань займає важливе місце у забезпеченні стійкості суспільства. Знання

стають фактором виробництва через своє втілення в засобах виробництва. З'являються спеціалізовані інститути, спрямовані на відтворення і трансфер нових знань. Саме на цьому етапі виникає економіка, що базується на знаннях. Продукування нових знань стає головною проблемою. З розвитком суспільства і підвищенням ролі знань неминуче виникає питання про джерело знань, яке поступово стане головним фактором виробництва. Цим джерелом є здібності людини, що породжують знання та всі інші їх матеріальні й ідеальні форми втілення. Розвиток здібностей людини стає головним засобом і головною метою розвитку суспільного виробництва. Враховуючи логіку і перспективи економічного розвитку, в рамках світового товариства можна було б говорити не про економіку знань, а про економіку здібностей [97, с. 39].

Сьогодні концепція економіки знань стала основною теоретичною базою політики економічного зростання. Вона розкриває нову роль і місце інтелекту людини в інформаційному суспільстві, вплив інформації як головної продуктивної сили і суб'єкта виробництва на розвиток економічних систем [213, с. 9]. Якщо технологію розглядати як великий двигун, потужний прискорювач, то знання слід розглядати як його паливо. Отже, ми долучаємось до важкого питання процесу прискорення в суспільстві, бо двигун день у день наповнюється усе більш збагаченим паливом. Френсіс Бекон мовив: «Знання – сила». Це висловлювання можна перекласти на сучасну мову. В нашому соціальному оточенні «Знання – це зміни – і прискорене набуття знань, що живлять великий двигун технології, означає прискорення перетворень».

У 1990-х роках виникає концепція управління знаннями. Міжнародні компанії беруть на озброєння принцип, згідно з яким основою конкурентних переваг успішної на ринку організації, є здатність реалізувати складні стратегії на підставі колективного навчання в організації, особливо у відношенні того, як треба координувати диверсифіковані навички та вміння, пов'язані з виробництвом та інтегрувати велику кількість потоків технологій.

Важливість нової парадигми управління – менеджменту знань – визначається також і тим, що, за оцінками фахівців, у середньому практично 80% ринкової вартості компаній забезпечують нематеріальні активи та корпоративні знання, а 95% біржової вартості високотехнологічних організацій припадає на нематеріальні активи.

П. Друкер вважає, що «у нових економічних умовах знання є взагалі єдиним ресурсом, а не ще одним ресурсом того ж порядку, що і традиційні фактори виробництва – праця, земля та капітал. Той факт, що знання стало єдиним ресурсом, робить нову формацію унікальною» [65, с. 181]. І хоча з цим цікавим твердженням трудно погодитися, оскільки без інших ресурсів,

без землі, фізичного капіталу, трудових ресурсів, маючи лише знання, не можна задовольняти особисті та виробничі потреби, значення рівня знань та можливостей їх подальшого розвитку виходить на перший план, забезпечуючи найбільш ефективно використання усіх інших ресурсів.

Нові знання дозволяють знаходити нові нетрадиційні можливості розвитку, освоювати нові природні ресурси, що забезпечує сумарне скорочення затрат і вирішення багатьох проблем на новому якісному рівні. Система знань дозволяє моделювати технології, засоби праці, виробництво у цілому, соціальні процеси, здійснювати оптимізацію їх параметрів і на цій основі створювати реальні технічні, соціальні та інші об'єкти й системи.

Довготермінові конкурентні переваги у теперішній час, вказують дослідники, здобувають ті підприємства, організації, регіони і країни, які або самі постійно створюють нові знання або здійснюють ефективний їх пошук і освоєння, а також забезпечують швидке практичне втілення нових знань у нову продукцію, виробничі та організаційні схеми, системи, структури тощо. Причому у розвинених країнах компанії-лідери створюють системи управління знаннями, які охоплюють процеси генерування і здобуття знань, їх формалізацію, засвоєння, накопичення, передачу, збереження, захист і використання. Для створення та підтримання конкурентних переваг і високої ефективності діяльності компаній в останній час важливим стало забезпечення їх постійного навчання. Це змушує їх навчатися скоріше, ніж конкуренти, і скоріше, ніж змінюється зовнішнє середовище, навчатися усередині (один в одного і груп) і ззовні організації (у постачальників і споживачів), навчатися у галузях, раніше не відомих, створювати сценарії і навчатися за їх допомогою тощо.

Для будь якої держави, яка намагається забезпечити собі стале економічне зростання і матеріальне благополуччя, проблема нарощування інтелектуального потенціалу є першочерговим завданням. «Відставання в епоху Промислової революції виявилось руйнівним для багатьох країн. Відставання в епоху Інформаційної революції може виявитися смертельним, тому воно є не пробачним» [76, с. 11].

Для підвищення ефективності необхідні революційні перетворення у виробництві. Уявляється, що у теперішній час такі революційні зміни можуть полягати тільки у створення якісно нових виробничих систем, які базуються на інноваціях, наукоміській продукції та інформаційних технологіях, оскільки альтернативних шляхів розвитку поки що не знайдено. Природно, що при цьому кардинально змінюються погляди на роль факторів, що беруть участь у процесі суспільного виробництва.

Формування суспільства знань або інформаційного суспільства означає перехід до інформаційних технологій, технологій знань, які часто

називають високими технологіями, тобто технологій, що все більше і більше потребують управління, а не тільки конструювання. В таких суспільствах головним конкурентною перевагою є не наявність ресурсів і дешевої робочої сили, а інформація, знання та ідеї, які мають першочергове значення для розвитку науки і техніки, ефективного управління, правильного прийняття рішень тощо.

Для економіки, яка базується на знаннях, головною сировиною є інформація, а головним ресурсом – люди. З розвитком економіки в умовах дефіцитності багатьох видів ресурсів на перший план виходить людина. Вона завжди створювала матеріальні та духовні цінності і одночасно була і є кінцевим їх споживачем. З поступовим переходом до суспільства знань роль людини зростає. Саме людина генерує, тиражує та використовує знання для виробництва продукції, виконання робіт і надання послуг, нарощування ефективності виробництва та підвищення ефективності самих знань, які без людини не існують і самі по собі нічого не варті. Тому саме людина, причому людина розвинена, високоінтелектуальна, розглядається як головний елемент системи суспільного виробництва, який повинний постійно знаходитися в центрі уваги і який мусить розвиватися в першу чергу. І саме людині, а не виробництву в цілому повинна приділятися головна увага. Принципові зміни, які характеризують світову економіку на черговому переломному етапі її розвитку – це зміна капіталу, як найважливішого засобу економіки, на знання [60, с. 526].

Інноваційний процес поєднує науку, техніку, управління, економіку, є основою для диверсифікації економічної діяльності. Зокрема, стимулюється зайнятість у високотехнологічних галузях (аерокосмічна, фармацевтична, електроніка, телекомунікації, інформаційні послуги), у виробництві і використанні знань та інтелектуальних послуг. Значним сегментом зайнятості стає виробництво і обслуговування інформаційно-комунікаційного обладнання, творення і розповсюдження програмних продуктів, розвиток комунікаційних мереж. Водночас, відбувається насичення традиційних галузей дипломованими спеціалістами і науковими працівниками, менеджерами високого рівня, системними аналітиками, здатними реалізувати технологічні, організаційні та наукові інновації. Закономірністю інноваційного розвитку у промисловості стає зменшення зайнятості у виробничому секторі і зростання її в науково-дослідних і дослідно-конструкторських роботах.

Безумовно, правильною реакцією на виклик, обумовлений освоєнням нових технологій і посиленням глобалізації, є підвищення рівня освіти й поліпшення професійної підготовки кадрів. Нова специфіка технологічного базису – інформатизація та інтелектуалізація економіки і суспільного життя

потребує високоосвічених, висококваліфікованих працівників. Ступінь освітньої підготовки фахівця, його уміння працювати з базами даних, засвоювати і генерувати нові знання є найважливішою умовою його соціального визначення.

За прогнозами вчених, у розвинутих країнах у XXI ст. практично всі додаткові робочі місця створюватимуться для фахівців з вищою освітою. Нині у США, Японії, ФРН кваліфіковані робітники – це ті, що вчилися щонайменше 15 років. Як видно, розвинутим країнам притаманний більш високий освітній кваліфікаційний рівень робочої сили, що, безперечно, забезпечує й вищу продуктивність праці та конкурентоспроможність продукції.

Інноваційний розвиток призводить до структурних зрушень на ринку праці, зумовлюючи зміни в його сегментах щодо реалізації зайнятості. Зокрема, посилюється сегмент висококваліфікованих спеціалістів та робітників, які працюють у галузях високих технологій. Попит на них зростатиме, зайнятість буде стабільною, з високими прибутками. Розшириться також сегмент працівників з відносно невисоким рівнем кваліфікації (оператори комп'ютерних систем, працівники сфери ділових і побутових послуг, торгівлі, готельного господарства, ремонтні робітники-техніки) та нестандартними формами зайнятості. Ризиковими в цьому сегменті можуть бути працівники, які виконують малокваліфіковані га підсобні роботи, зокрема у сфері послуг. Відбуватиметься скорочення працівників сировинних галузей, робітників масових професій в традиційних виробництвах та збільшення чисельності нових наскрізних професій, сформованих завдяки розвитку нових технологій.

Унаслідок зміни технологічних укладів швидко застарівають професійні знання. Щорічно в світовому господарстві зникає майже 500 і виникає понад 600 нових професій. Оптимальний термін ефективності набутих знань і кваліфікації знизився до 5-7 років, а в галузях, залучених до науково-технологічного процесу, – до 2-3 років. Така ситуація потребує безперервного підвищення кваліфікації та перепідготовки працівників, спрямованих, насамперед, на формування їхнього інноваційно-технологічного потенціалу, інноваційної культури, генерування, сприйняття, підтримку нових знань, готовність і здатність реалізувати нововведення [152, с. 61].

Таким чином, відбуваються принципові зміни як у пропорціях виробництва, так і в зайнятості населення. А також відбувається її реструктуризація згідно з основними напрямками інноваційної політики, та створюється певний резерв робочої сили.

Показники, що характеризують якісні зрушення у зайнятості під

впливом інноваційних факторів:

- питома вага працівників розумової праці, у загальній кількості зайнятих;
- питома вага працівників з вищою освітою у загальній кількості зайнятих;
- питома вага висококваліфікованих працівників (доктори і кандидати наук) у загальній кількості зайнятих;
- питома вага працівників інформаційних галузей (електроніка, телекомунікації послуг) у загальній кількості зайнятих [152, с. 424].

Дослідниками доведено, що справжнє багатство економічно розвинених країн – це розвинений інтелектуальний і духовний потенціал їх населення. Безумовно, правильною реакцією на виклик, обумовлений освоєнням нових технологій і посиленням глобалізації, є підвищення рівня освіти й поліпшення професійної підготовки робочої сили.

2.4. ПОВЕДІНКОВІ ФІНАНСИ ЯК СКЛАДОВА ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ

Виникнення в економічній теорії напряму «поведінкової економіки» по праву може вважатися одним із самих значимих і цікавих подій у розвитку економічної науки за останні десятиліття. Дослідження у сфері поведінкової економіки набувають все більшої популярності та актуальності, дають змогу врахувати психологічні особливості та ірраціональну природу економічних агентів у процесі прийняття рішень для подальшого економічного розвитку.

Традиційна фінансова наука розглядає фінансовий ринок, використовуючи моделі, які базуються на принципах раціональності інвестора. Проте, будь-який ринок характеризується постійними коливаннями (від стрімких стрибків до спадів) що доводить невідповідність класичних моделей сучасним реаліям. У зв'язку з цим, набула розвитку нова теорія поведінкових фінансів, яка враховує особливості людської поведінки та її вплив на стан и розвиток фінансового ринку. Розуміння поведінкових фінансів які, лежать в основі рішень інвесторів, дозволить ефективніше оцінити реальну ситуацію, що склалася на фінансовому ринку, передбачити майбутні зміни і коливання, та попередити деструктивний вплив надмірних та недостатніх реакцій на показники ринку.

Поведінкова економіка, як окрема галузь економіки, виникла протягом останніх трьох десятиліть. Дослідженням сутності поведінкової теорії займалися такі вчені, як А. Сміт, Д. Бентам, А. Маршалл, К. Менгер,

У. Джевонс, Л. Вальрас та інші. Спеціалізуються на сучасній поведінковій економіці такі дослідники: Д. Канеман, А. Тверські, Д. Катон, Р. Шиллер, Д. Аріелі, М. Алле та інші. В основному розглядаються питання застосування поведінкової економіки в таких сферах, як мікроекономіка, фінансовий ринок, ринок інвестицій. Дослідженням сутності поведінкових фінансів займалися наступні вчені: Б. Барбер (Brad M. Barber), Н. Барберіс, Т. Одеан (Terance Odean), Р. Талер (Richard H. Thaler) та інші. Виникнення і розвиток економічної психології завдяки роботам Г. Тарда, Дж. Катоні, Л. Гараї отримало визнання моделі очікуваної корисності і моделі дисконтованої корисності. Дослідженням сутності когнітивної психології займалися А. Тверські та Д. Канеман.

Людина завжди була і залишається центральною фігурою економічної науки незалежно від типу досліджуваних економічних відносин [106]. Метою усіх досліджень є пошук варіантів покращення життя людей, підвищення їх комфорту та рівня задоволення [246].

Проте, незважаючи на це, усі економічні дослідження упускають людські якості, розглядаючи людину як раціональний суб'єкт економічних відносин [246]. Для врахування людської поведінки економісти протягом століть створювали певний формалізований опис, характеристику основних якостей і способу дій економічних агентів у процесі взаємодії з іншими економічними суб'єктами [106].

Упродовж двох останніх століть науковці намагаються узагальнити і формалізувати основні закономірності в поведінці індивідів. Ці спроби знайшли своє відображення у концепціях використання моделі так званої «економічної людини» [85].

Термін «людина економічна» застосовується до будь-якого суб'єкта, який у процесі своєї діяльності в різних формах взаємодіє в умовах ринку з іншими суб'єктами [106]. Створення такої концепції було обумовлено необхідністю дослідження саме проблеми вибору і мотивації в процесі фінансово-господарської діяльності суб'єктів. При цьому метою дослідження був не сам процес вибору, а був результат вибору, тобто модель «людини економічної» склалася не в результаті спеціального вивчення людини та її поведінки на ринку в різних ситуаціях, а була введена як апіорне припущення для потреб побудови економічної теорії [106].

Відправною точкою у створенні моделі «людини економічної» стали праці представників англійської класичної школи, зокрема Адама Сміта. Вченим була висловлена ідея про продуктивність егоїзму за умови, що він реалізується в рамках ринкових відносин [106]. Основні теоретичні положення про «людину економічну», розроблені вченим, були взяті на

озброєння представниками класичної школи економічної науки і не втрачають своєї актуальності і донині [85].

Розглядаючи економічну природу людини, А. Сміт виділяв насамперед інтереси, спонукальні мотиви до господарської і комерційної діяльності, зазначаючи при цьому, що особистий інтерес індивіда відіграє основну роль у мотивації його економічної діяльності, а матеріальним носієм особистого інтересу є грошовий дохід (матеріальний зиск) [85].

За більш ніж двовіковий період в економічній теорії розроблено та запропоновано досить велику кількість гіпотез, уточнюючих структуру створеної А. Смітом моделі. Зокрема, важливим витком у формуванні моделі «людини економічної» став етичний утилітаризм Д. Бентама, який вважав, що мораль можна перетворити в точну науку, або у «моральну арифметику». Д. Бентам поставив в основу моделі людини прагнення до задоволень і уникнення страждань, припустивши, що індивід може кількісно виміряти розмір будь-якого задоволення чи страждання, представивши їх числом. Далі людині залишається тільки вибрати поведінку, за якої максимізується арифметична різниця «задоволення мінус страждання». Утилітаризм – це спроба застосувати до області моралі раціональне та доказове мислення. [106].

Відповідно до теорії А. Маршалла, основним спонукальним мотивом, який найбільш сильно і стійко впливає на поведінку людей, є «певна кількість грошей, саме цей визначений і точний грошовий вимір найбільш стійких стимулів в господарському житті дозволив економічній науці випередити всі інші науки, котрі досліджують людину» [137]. Головною метою господарської діяльності «людини економічної» в умовах ринку є максимізація прибутку, а саме постійне збагачення [85].

Таким чином, можемо зробити висновок про те, що спільною рисою базової моделі «економічної людини» у наведених вище концепціях є абсолютизація особистого інтересу та посилення раціоналізму в економічній поведінці. Саме раціональність і логічність «людини економічної» дозволяли вченим формалізувати її фінансову поведінку із застосуванням різноманітних математичних моделей [85].

Подальший розвиток моделі «економічної людини» здійснювали представники «маржиналістської революції»: К. Менгер, У. Джевонс та Л. Вальрас. У теорії маржиналістів людина постає як максимізатор корисності. В основі поведінки вже не так лежить егоїзм, як зростаючою мірою економічна раціональність. Індивід не лише обчислює, але й оптимізує свою вигоду і свої дії. На цьому етапі, моральні якості вже перестають цікавити дослідників [106].

Після маржиналістської революції почалось формування неокласичної економічної теорії. На сучасному етапі неокласика розглядається як «основна течія» (мейнстрім) сучасної економічної науки. Відповідно до положень неокласики, модель «економічної людини» має такі основні характеристики [137]:

- існування сукупності переваг і обмежень, у зв'язку з чим дія індивіда завжди відбувається в ситуації обмеженості ресурсів і носить характер вибору;

- здатність до оцінки: суб'єкт завжди здатний порівняти альтернативні блага, вони для нього взаємозамінні (діє принцип «усе має свою ціну»).

За останні тридцять років економісти почали активно досліджувати психологічні якості люди та сформувавали новий напрямок в економіці – поведінкову економіку. Незважаючи на ряд проведених досліджень, дане поняття досі не розкрито у повній мірі та не сформульовано чіткого визначення поведінкової економіки [246].

На думку американського психолога Д. Катона економіка без психології не може успішно досліджувати найважливіші економічні процеси, також як і психологія без економіки не має можливості досліджувати найбільш важливі аспекти людської поведінки.

Проте прихильники поведінкової економіки досліджують суб'єкт економічної теорії із притаманними йому природними людськими якостями. Герберт Саймон Меморіал був одним з перших критиків ідеї, що люди мають необмежену можливість обробки інформації. Він запропонував термін «обмеженої раціональності». Обмежені можливості людського мозку та обмеженість в часі унеможливають вирішення складних проблем оптимально. Тим не менше, стандартна модель ігнорує ці межі. Основним об'єктом вивчення поведінкової економіки є межі раціональності економічних агентів. Поведінкові моделі, досліджувані в даній області, найчастіше поєднують досягнення психології з неокласичною економічною теорією, охоплюючи цілий ряд концепцій, методів і областей дослідження [246].

В свою чергу, сутність поведінкових фінансів розкривається безпосередньо через фінансові відносини, які виникають між організаціями, юридичними та фізичними особами, а також безпосередньо між громадянами з приводу залучення, перерозподілу й інвестування фінансових ресурсів відповідно до потреб зацікавлених сторін. Однак доводиться визнати, що інвестиційна складова у формуванні фінансових інтересів, активів і пасивів учасників таких угод є домінуючою, оскільки соціально-психологічні чинники людської діяльності сприяють більш точному дослідженню основних мотивів поведінки населення.

Водночас держава все більш чітко позиціонує себе як активний або пасивний суб'єкт поведінкових фінансів, що засвідчив перебіг й особливості прояву останньої фінансової кризи в різних країнах [248].

Аналізуючи тлумачення поняття «поведінкові фінанси» вченими, варто зазначити, що дане поняття характеризують з різних сторін. Зв'язок поведінкових фінансів з фінансовою теорією, практикою і психологією є основою для всіх визначень їх комплексної концептуалізації (таблиці 2.6, 2.7).

Таблиця 2.6 - Загальний підхід до тлумачення поняття «поведінкові фінанси»

Напрями впливу	Тлумачення визначення	Автор (автори)
Як альтернатива теорії раціональних очікувань	Основою поведінкових фінансів є обмеження арбітражу та використання принципів психології, тобто поведінкові фінанси аналізують події, які відбулися при обмежені дії принципів індивідуальної раціоналізації	Р. Талер і Н. Барберіс [122,268]
	Це парадигма, яка вивчає фінансові ринки, використовуючи ширші моделі, ніж ті, які засновані на теорії корисності і арбітражних припущеннях, тобто основою поведінкових фінансів є обмеження арбітражу та використання принципів психології.	Дж. Р. Ріттер [122,309]
	Поведінкові фінанси пропонують альтернативний підхід до основних припущень фінансів, зокрема: поведінка інвесторів «нормальна», а не раціональна; ринок неефективний; інвестори формують портфелі за правилами поведінкової портфельної теорії, в якій ризик не зважений бетою, а майбутні дохідності визначаються не лише ризиком.	М. Стетмен [122,317]
	Поведінкові фінанси – це науковий напрям, який синтезує класичні теорії і нові концепції аналізу, моделювання і прогнозування динаміки ринку капіталу, які враховують непередбачувані прояви ірраціональності.	Є. А. Коваленко [122,95]

**Таблиця 2.7 - Систематизація підходів до тлумачення
поняття «поведінкові фінанси»**

Напрями впливу	Тлумачення визначення	Автор (автори)
Як альтернатива вченню про фінансову поведінку інвесторів	Поведінкові фінанси сприяють розвитку фінансової теорії, включаючи аспекти людської поведінки у фінансовій моделі	Б. Барбер, Т. Одеан [122,267]
	Поведінкові фінанси – вчення, яке досліджує вплив психологічних явищ на фінансову поведінку	Х. Шефрін [122,314]
	Поведінкові фінанси вивчають процес прийняття фінансових рішень, як індивідуальних, так і колективних	М. Помпіан [122,304]
Як альтернатива теорії про вплив поведінки інвесторів на стан ринку	Поведінкові фінанси – це психологічний процес прийняття рішень щодо визначення і передбачення стану фінансових ринків	Р. Олсен [122,302]
	Поведінкові фінанси – це частина фінансової теорії, яка досліджує систематичний вплив процесів прийняття рішень на фінансовий ринок, для того щоб пояснити ірраціональну поведінку інвестора, яку не захоплюють традиційні раціональні, вже існуючі моделі	R. Kishore [122,292]
	Поведінкові фінанси – це вчення, яке досліджує вплив психологічних чинників на розвиток фінансових ринків	R. Felicia [122,286]
Як вчення про вплив поведінкових чинників на рішення інвесторів та відображення цих рішень на функціонуванні ринку	Поведінкові фінанси як вчення досліджують вплив психології на поведінку фінансових фахівців і подальший ефект на ринках	Martin Sewell [122,313]
	Поведінкові фінанси об'єднують індивідуальну поведінку і явища ринку, використовуючи теорії фінансів і психології	Hubert Fromlet [122,288]
	Поведінкові фінанси – сфера фінансів, яка вивчає вплив соціальних когнітивних і емоційних чинників на ухвалення рішень конкретними індивідами і установами, наслідки цього впливу на ринкові зміни (ціни, розміщення ресурсів, прибуток)	Є. Б. Доріна [62,122]

Як було зазначено вище, основою поведінкових фінансів є обмеження арбітражу та використання принципів психології, тобто поведінкові фінанси аналізують події, які відбулися при обмежені дії принципів індивідуальної раціоналізації [122].

Підсумовуючи все вище наведене та систематизуючи підходи вчених, беремо за основу комплексне визначення поведінкових фінансів як фінансової теорії, яка досліджує процес прийняття рішень інвесторами на основі психологічних чинників та вплив цих рішень на стан фондового ринку.

На основі аналізу вітчизняних та зарубіжних праць виділяють дві групи поведінкових чинників, які впливають на стан фінансового ринку в залежності від психології їх впливу на поведінку інвестора.

Переживання людиною ситуаційного чи дійового значення предметів (явищ) минулого, теперішнього та майбутнього – це перша група поведінкових чинників до якої відносяться емоційні процеси [211]. Емоційні процеси виникають під дією імпульсу чи інтуїції, що сприяє прийняттю рішень на основі відчуттів, а не раціонального розрахунку, тому нівелювати їх вплив дуже складно [122]. Учасники фондового ринку, бажаючи контролювати свої емоції, не завжди здатні це зробити. У такому випадку, варто їх виявити та пристосуватись до їх дії.

Проаналізувавши наукові дослідження емоційних чинників фондового ринку, М. А. Ліпич пропонує віднести у дану групу такі як самовпевненість, стійкість переконань та самоконтроль [122].

В. Де Бондт (De Bondt) виявив, що люди схильні здійснювати прогноз ринку на основі простої екстраполяції тренду. При цьому, вузький довірчий інтервал, який вони надають власним передбаченням свідчить про їх самовпевненість. Довірчий інтервал у проведених дослідженнях був також нецентральним, тобто оптимальним прогноз не відображав середнє значення між оптимістичним і песимістичним прогнозом [279].

Розглядали ціноутворення на ринку цінних паперів під впливом самовпевненості і такі вчені як К. Даниїл, Д. Хіршлейфер та А. Субрахманям, було виявлено, що дана емоція у інвесторів спричиняє надмірні реакції ринку [122].

Б. Барбер і Т. Одеан засвідчили, що самовпевненість зумовлює надмірний обсяг торгів на фондовому ринку. Зокрема, дохідність торговців, які уклали найбільшу кількість угод на ринку була нижчою, ніж середньоринкова дохідність. Було виявлено, що чоловіки більш самовпевненіші за жінок, торгують більше на 45 % і тому мають нижчу дохідність, у порівнянні з жінками [267].

Самовпевненість обов'язково підсилюється дією наступних ефектів:

- оптимізму, полягає в тому, що більшість людей виражають нереалістично позитивні погляди щодо їх можливостей. Експериментально досліджено, що більше 90 % респондентів при плануванні прогнозують завершення завдань раніше, ніж закінчують їх виконання;

- самоатрибуції, полягає в тому, що учасники фондового ринку свої успіхи розцінюють як результат власних умінь, а невдачі як випадковість, тобто як змінюється впевненість інвестора, залежно від дохідності власних вкладень;

- передбачення, полягає в тому, після настання події особі здається, що вона знала про здійснення цієї події, а тому здатна передбачити і майбутню подію. Вчені виявили сильний вплив даного ефекту на портфельні рішення інвесторів, зокрема щодо розміщення активів [122];

Друга група поведінкових чинників – це когнітивна психологія, яка вивчає принципи організації пізнавальних процесів та відмінності в тому, як людина сприймає, осмислює та використовує свій досвід [122,211]. Прийняття рішень здійснюється на основі теорії перспектив та евристичних спрощень. Якщо нова інформація суперечить уявленню людини, індивід намагатиметься уникнути неприємних відчуттів, шляхом ігнорування цієї інформації та пошуку підтримки власних переконань.

Згідно теорії перспектив, на фондовому ринку інвестори схильні оцінювати результати за ризиковими операціям, але не за підсумковим результатом, а за кількістю перемог і поразок, обов'язково порівнюючи їх з певною граничною межею. Відповідно, відбувається переоцінка бажаних результатів і боязнь втрат.

Д. Канеман і А Тверські розвинули теорію перспектив, створивши кумулятивну теорію перспектив. Функція кумулятивної теорії відображає значення суб'єктивних ймовірностей при прийнятті не окремих, а множинних рішень [290].

На відміну від теорії очікуваної корисності, теорія перспектив доводить, що схильність до ризику індивіду змінюється залежно від того, чи відчуває він себе в полі виграшу, чи в полі втрат. Даний ефект має назву диверсифікована схильність до ризику.

Евристичні спрощення полягають у розв'язанні проблеми на основі грубого підрахунку, без використання необхідних механізмів для отримання достовірних результатів. До евристичних спрощень інвестори вдаються при прийнятті швидких рішень та у зв'язку з необхідністю оперувати великою кількістю даних. Формування висновків на основі евристики приводить до систематичних помилок.

Ми не можемо не погодитися з думкою М.А. Ліпич, що комплексний підхід до систематизації поняття «поведінкові фінанси» як фінансової

теорії, яка досліджує процес прийняття рішень інвесторами на основі психологічних чинників та вплив цих рішень на стан фондового ринку, є найбільш повним та охоплює всі суттєві ознаки даного поняття [122].

Ієрархічна єдність підсистем і ринків в економічній макроструктурі дозволяє трактувати поведінкові фінанси і як специфічну частину експоллярної (тобто неформальної, значною мірою, неофіційної) економіки [248]. Відтак можна стверджувати, що поведінкові фінанси ґрунтуються на основі самоменеджменту (для фізичних осіб) та поєднано з останнім на дотриманні рестрикційних норм регуляторних актів (для юридичних осіб).

Традиційна фінансова наука розглядає фінансовий ринок, використовуючи моделі, які базуються на принципі раціональності інвестору. Проте, присутність на ринку бумів і спадів доводить невідповідність класичних моделей сучасним реаліям [122].

За допомогою поведінкових фінансів можливий вплив на розвиток сучасних фінансових технологій, розвиток яких всебічно сприяє розвитку цифрової економіки. Поведінка суб'єктів, вплив на неї психологічних факторів, використання фінансової логістики, дозволяє максимально впливати на розвиток фінансового ринку.

На нашу думку при впровадженні будь яких фінансових технологій необхідно враховувати поведінку суб'єктів ринку. Поведінку яка може бути як раціональною, так ірраціональною і, що є важливим фактором при впровадженні тих чи інших технологій.

РОЗДІЛ 3 УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРИ ОБСТЕЖЕННІ КОН'ЮНКТУРИ РИНКУ

3.1. БАЗОВІ ПРИНЦИПИ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯМ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ

Сьогодні з урахуванням існуючих реалій утворився значний розрив між пріоритетами технічного розвитку і способами забезпечення досягнень цих пріоритетів у довгостроковій перспективі. Забезпечення економічного розвитку виробництва на сучасному етапі функціонування підприємств визначається його інноваційною компонентою, яка включає передові досягнення фундаментальної науки, дослідження потреб суспільства, зміни в структурі управління і планування. Актуальність вивчення інноваційного забезпечення, пошук внутрішніх ресурсів і резервів підприємства визначає пріоритетність їх використання і напрямки формування і розвитку підприємства в цілому.

Інноваційне забезпечення економічного розвитку підприємств потребує використання методології управління змінами та стратегічного планування з перспективою подальшого розподілення інноваційних процесів, перетворень і довгострокового прогнозування. Однак інноваційне забезпечення не зводиться тільки до придбання ресурсів, а визначає рішення найважливіших соціальних проблем керування з метою поліпшення факторів, що визначають економічний розвиток підприємств і створення можливостей досягнення намічених орієнтирів їх розвитку.

Ідентифікація стратегічних напрямків досліджень, спрямованих на отримання великих економічних вигод, становить одну з невирішених завдань використання інноваційного забезпечення в управлінні економічним розвитком підприємства.

Сьогодні промисловість постійно вдосконалюється, стаючи все більш високотехнологічною та інформаційно наповненою. Для лідерства в економічному розвитку виробництва необхідно застосування сучасних технологій управління інноваціями, для яких потрібно інноваційне забезпечення обладнання та технологій, а також визначити базові принципи управління інноваційним забезпеченням економічного розвитку підприємств [35, 45, 52, 82, 179, 249, 251].

Нестабільність суспільного розвитку і глибина трансформацій в функціонуванні підприємств у сучасних непередбачуваних впливах зовнішнього середовища проявляються в змінненні пропорцій між існуючими

елементами формування інноваційного забезпечення економічного розвитку підприємств та руйнування старих виробничих зв'язків з переоцінкою орієнтирів розвитку. В цих умовах структуризація понять інноваційного забезпечення, класифікація компонентів організаційного забезпечення інформування ресурсного потенціалу представляє не тільки науковий, але і практичний інтерес.

Інновації та інноваційна діяльність є аттрактором розвитку економіки підприємств. Реакцією на зміни в об'єктах управління, в тому числі і в структурі виробництва, є виникнення нового напрямку розвитку технології управління прогнозуванням майбутнього в умовах динамічних змін зовнішнього середовища.

Головна складність інноваційної політики підприємств в умовах впливу динамічних змін зовнішнього середовища – пройти через перешкоди невизначеності і визначити перспективи економічного розвитку ринків товарів і товаровиробників. Основною перешкодою впровадження інновацій на підприємствах є інертність розвитку, консерватизм у фінансових питаннях, ігнорування інновацій.

Ймовірність настання подій, які забезпечують економічний розвиток підприємств, тим менше, чим вище рівень невизначеності. Його можна знизити введенням відповідного інформаційного супроводу та імітаційного моделювання можливих ситуацій. При цьому забезпечується стратегічна гнучкість, яка виявляється в чутливості до змін через здатність до багатоваріантного сценарного способу управління.

Інноваційне забезпечення економічного розвитку підприємств містить наявність наступної інформації:

- збір фінансово-економічної інформації про стан підприємства;
- оцінку рівня конкурентоспроможності;
- оцінку складових ресурсного потенціалу;
- аналіз рівня використання ресурсів;
- виявлення резервів та джерел поповнення запасів;
- оцінку ефективності управління ресурсним потенціалом.

Інноваційне забезпечення та їх управління не тільки зводиться до прогнозування очікуваних економічних результатів, але і розглядається як варіант майбутнього. За допомогою інновацій підприємства домагаються переваги над конкурентами. При цьому стратегічне значення мають інновації, що володіють абсолютною новизною, тобто коли у запропонованого нововведення, в момент появи його на ринку, немає аналогів і при цьому існує незначна ймовірність швидкої імітації його конкурентами. Здатність реалізувати такого роду інновації визначається

ступенем володіння підприємством компетентності в технології, що забезпечує перевагу над конкурентами в довгостроковій перспективі. Інноваційне забезпечення економічного розвитку підприємств представлено на рис. 3.1.



Рис. 3.1 – Інноваційне забезпечення економічного розвитку підприємств

Охоплення широких можливостей досягнення інноваційного забезпечення вимагає, крім обов'язкових компетенцій експертів наявності певної логіки в динаміці досягнення результатів і обліку можливих перешкод і опору навколишнього середовища.

Для сучасного управління інноваціямита їх інноваційного забезпечення характерна необхідність обробки великих інформаційних масивів, що ускладнюють виділення пріоритетів економічного розвитку підприємств. Для інноваційного забезпечення необхідна консолідація інформації за базовими ознаками, її проявами та результативності використання. Виявлення чинників, що визначають можливі зміни на ринку вироблених товарів і послуг, неможливо оцінити сучасними методами математичної статистики та ймовірнісних уявлень внаслідок непередбачуваності реакцій середовища на запропоновані інноваційні

зміни.

Управління інноваціями, оцінка поточного і майбутнього станів залежить від кваліфікації експертів, їх досвіду. Це дозволяє зробити висновок про те, які продукти і послуги будуть найбільш затребувані в ближній перспективі і яким чином і за рахунок яких технологій розвитку можна утримати лідерство в довгостроковій перспективі.

Базові заходи інноваційного забезпечення підприємств подано на рис. 3.2.



Рис. 3.2 – Базові заходи інноваційного забезпечення підприємств

Основні заходи щодо реалізації базових принципів управління інноваційним забезпеченням економічного розвитку підприємств визначено

на рис. 3.2 полягають в наступному:

- встановлення тенденцій та індикаторів розвитку технологій та інновацій;
- розробка стратегічних програм інноваційного розвитку;
- дослідження майбутніх трендів розвитку пропонуваніх ініціатив;
- встановлення довгострокових пріоритетів розвитку;
- розробка інноваційних бізнес-моделей.

Результативна складова інноваційного забезпечення економічного розвитку визначається такими компонентами процесу управління як генерація знань та ідей, ресурсне забезпечення і організаційне управління інноваційною діяльністю, які взаємодіють між собою.

При визначенні готовності підприємств до економічного розвитку слід відмітити, що однією з основних складових поряд з інноваційним та ресурсним потенціалом, страхуванням і захистом бізнесу, забезпечують його економічну безпеку, є розвиток інтелектуального потенціалу з урахуванням його компетентності, що проявляється в його обізнаності про ринок інновацій, про технологічні можливості інновацій, особливості впровадження і т. д. Зростаючі технологічні складності продукції багато в чому впливають на рівень кваліфікації персоналу, тому знання поряд з іншими ресурсами виступають джерелами створення додаткової вартості.

Фундаментальною основою розробок превентивних заходів від негативного впливу зовнішнього середовища є склад інформації, яка адекватно характеризує ключеві процеси економічного розвитку. Ця інформація повинна охоплювати усі елементи інноваційного потенціалу що взаємодіє у процесі виробництва:

- техніко-технологічні;
- фінансові;
- маркетингові, кадрові.

Інноваційне забезпечення економічного розвитку підприємств об'єктивно обумовлює збільшення попиту на працівників, що володіють знаннями, творчим потенціалом і здатністю його реалізувати в ході відтворювального процесу.

При цьому слід провести аналіз своїх можливостей і оцінити якість продукції, товарів і послуг з точки зору споживчих переваг і задоволення побажань і переваг клієнтів у майбутніх інтервалах часу для забезпечення сталого економічного зростання.

Основні підтримуючі дії інноваційного забезпечення виробничої

діяльності сучасного підприємства представлені на рис. 3.3.



Рис. 3.3 – Основні підтримуючі дії інноваційного забезпечення виробничої діяльності підприємства

Зважаючи на те що інноваційна діяльність є складова процесу функціонування підприємств існує ряд заходів та засобів, які сприяють або ускладнюють її розвиток. Заходи та засоби забезпечення сталого розвитку підприємств на засадах інновацій представлено на рис. 3.4.



Рис. 3.4 – Заходи та засоби забезпечення сталого розвитку підприємств на засадах інновацій

Концепція інноваційного забезпечення економічного розвитку підприємств будується на активізації інноваційного потенціалу персоналу, оперативному виявленні і ліквідації факторів, що заважають та блокують розвиток виробничого потенціалу підприємства. До цього слід додати необхідність органічного об'єднання з господарським механізмом підприємства.

Кожне підприємство повинно здійснювати постійний моніторинг свого інноваційного потенціалу, так як його рівень в цілому залежить від рівня тих підприємств, які пов'язані с ними виробничо-господарськими відношеннями. Таким чином утворюється ланцюг інноваційного потенціалу за ресурсними ознаками. Інноваційний потенціал представляється як

інтегровані ознаки підприємств за рівнями знань.

Структурний аналіз факторів впливу зовнішнього середовища на формування інноваційного потенціалу дозволяє виконувати оцінку потенційних можливостей підприємства та його інноваційного забезпечення як факторів економічного росту підприємства. З цих позицій дуже актуальним є визначення процесів які найбільш істотно впливають на реалізацію можливостей підприємства.

В конкурентних відношеннях важливо при обліку інноваційної сфери правильно оцінити наявність у підприємства необхідних фінансових і матеріальних ресурсів, а також банка знань і компетентностей персоналу.

Запропоновано методичний підхід до оцінки ступеню готовності підприємств до інноваційної діяльності, якій на відміну від існуючих, передбачає наряду з фінансовими та матеріальними ресурсами наявність можливостей їх використання для реалізації інновацій шляхом організації банку знань і встановлення необхідних компетенцій персоналу в відтворювальному процесі, що надає можливість оцінки інноваційних ресурсів як майбутню ефективність освоєння намічених орієнтирів.

В конкурентних відношеннях і непередбаченого впливу зовнішнього середовища на функціонування виробничих об'єктів вкрай важливо при обліку інноваційної сфери правильно оцінити наявність у підприємства фінансових і матеріальних ресурсів, а також банка знань і компетентностей персоналу. Вивчення механізмів та базових принципів економічного забезпечення економічного розвитку підприємств стає інструментом підвищення ефективності виробництва а сприяє економічному зростанню підприємств від значення інноваційного забезпечення підприємства залежить вибір тієї чи іншої стратегії економічного розвитку.

Вивчення базових заходів інноваційне забезпечення потрібне для того, щоб поліпшувати процес прийняття рішень, управляти вибором технологій, створювати альтернативні напрямки для майбутнього розвитку, посилювати процес навчання і мотивувати зміни з метою економічного розвитку виробництва.

3.2. ВИКОРИСТАННЯ ЦИФРОВОГО ТА ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ ЯК ЕФЕКТИВНОГО ІНСТРУМЕНТУ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Функціонування підприємств в сучасних умовах розвитку вітчизняної економіки супроводжується загостренням конкурентної боротьби як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках, глобалізаційними викликами,

підвищенням обізнаності і поінформованості споживачів, і як наслідок, зростанням їх вимог до споживчих характеристик товарів. За цих умов успіх господарської одиниці залежить від її здатності швидко і гнучко реагувати на постійні зміни бізнес-середовища, суттєво посилюється значущість маркетингового управління під час реалізації конкурентних переваг, створення нових каналів комунікацій зі споживачами, здійснення впливу на них і формування попиту. Все це обумовлює нагальну необхідність пошуку ефективних інструментів управління маркетингом на підприємстві.

Без сумніву, сьогодні проблематика управління маркетинговою діяльністю та аналіз проблем її вдосконалення посідають одне з провідних місць у дослідженнях вітчизняних та зарубіжних вчених, таких як: Г. Армстронг, Ф. Котлер, [104], Е. Діхтель, Х. Хершген, [57], Дж. Еванс [67], Ж.-Ж. Ламбен [117], М. Портер, М.А. Окландер, Я.В. Литвиненко [160], С.С. Гаркавенко [41], Т.Н. Данько [55], О.О. Карпіщенко [83], Т.І. Лук'янець [127], Л.В. Балабанова, В.В. Холод [136] та інші. Віддаючи належне цінності наукових здобутків в царині управління маркетинговою діяльністю, існуючі дослідження не достатньо висвітлюють особливості інструментів інтернет-комунікацій. Отже, розвиток науково-методичних підходів і розробка практичних рекомендацій щодо забезпечення ефективності маркетингової діяльності підприємств є актуальним науково-практичним завданням.

Метою дослідження є аналіз інструментів управління маркетинговою діяльністю і оцінка ефективності їх використання.

В класичному розумінні управління маркетинговою діяльністю передбачає організацію і контроль виконання наступних етапів: пошук цільових ринків; проведення досліджень; розробку конкурентного продукту; розробку інших елементів комплексу маркетингу (ціни, методів просування і доведення продукту до споживача); організацію зворотного зв'язку зі споживачем [57].

Маркетингова діяльність підприємства спрямована на те, щоб досить обґрунтовано, враховуючи запити ринку, встановити поточні і стратегічні цілі, знайти шляхи їх досягнення, джерела ресурсів, визначати асортимент і якість продукції, оптимальну структуру виробництва і бажаний прибуток [136].

Основне завдання управління маркетингом полягає у тому, щоб синхронізувати процес управління елементами комплексу маркетингу у такий спосіб, щоб кожен з них, виконуючи своє функціональне призначення, одночасно сприяв підвищенню ефективності решти елементів і тим самим підвищував остаточний підсумковий ефект [41]. Використання підприємствами маркетингових Інтернет-комунікацій дозволяє суттєво підвищити взаємодію існуючих та потенційних споживачів-користувачів

цифрової економіки, конкурентів та інвесторів, дуже швидко знаходити необхідні обсяги інформації про всіх учасників процесу. Так, як електронна економіка самоідентифікувалась, отримавши специфічні відмінності від реальної економіки, і значно прискоривши темпи її зростання, так і цифрова економіка, як наступний етап розвитку і похідна від електронної економіки, розширює можливості економічної і соціальної діяльності через нові платформи так як Інтернет, мобільні і сенсорні мережі [160].

Серед нових ознак, що притаманні цифровій економіці і надають їй нових специфічних рис можна виділити: мобільні і хмарні технології; бізнес-аналітика на основі цифрових технологій; соціальні медіа. Мобільні технології істотно змінюють бізнес-моделі, оскільки різноманітні дії з інформацією можна здійснювати дистанційно. Смартфони є персоніфікованим багатофункціональним мережевим пристроєм, який має широкий спектр додатків і дозволяє з'єднуватися з усіма приладами в мережі Інтернет. За даними дослідження GfK за перше півріччя 2018 року кількість користувачів смартфонів в Україні досягла 85 %, при цьому 50 % українців шукали інформацію про бажаний продукт з мобільного телефону. За прогнозами дослідницької компанії eMarketer, до 2021 року частка мобайла на світовому ринку електронної комерції складе 72,9% від усіх продажів [31]. Нарощування потенціалу мобільних пристроїв, зростання кількості GPS-пристроїв та різноманітних мобільних додатків призведе до поступового відходу від цифрового маркетингу на користь мобільного маркетингу, оскільки він ефективніший.

Сучасні цифрові методи обробки та використання інформації стають основним джерелом підвищення результативності та ефективності маркетингової діяльності. В умовах інформатизації суспільства, Інтернет та інші цифрові канали змінюють форми і методи маркетингової діяльності, стають поштовхом для появи нової форми маркетингової діяльності – цифрового маркетингу. Данько Т.П. вважає, що цифровий маркетинг – це маркетинг, що забезпечує взаємодію з клієнтами та бізнес-партнерами з використанням цифрових інформаційно-комунікаційних технологій та електронних пристроїв, більш широкому сенсі це... реалізація маркетингової діяльності з використанням цифрових інформаційно-комунікаційних технологій [55]. Карпіщенко О.О., Логінова Ю.Е. зазначають, що цифровий маркетинг – це використання всіх можливих форм цифрових каналів для просування фірми та її товару. Телебачення, радіо, Інтернет, соціальні медіа – усе це інструменти цифрового маркетингу.

Основними методами цифрового маркетингу є:

- SEO (англ. search engines optimization) – оптимізація сайту у пошукових системах;

- SMM (англ. social media marketing) – соціальний медіа маркетинг;
- вірусний маркетинг;
- SMO (англ. social media optimization) – оптимізація для соціальних мереж;
- SEM (англ. search engine marketing) – пошуковий маркетинг;
- контекстна реклама Google Adwords, Yandex Direct;
- технологія Big Data – масиви даних великих обсягів;
- ретаргетінг – перенацілювання;
- електронна пошта;
- RTB (англ. real time bidding) – торги в реальному часі;
- мобільний маркетинг.

Цифровий маркетинг базується на пошуку і співпраці з тим, хто в цьому зацікавлений. Коли користувач звертається до пошукової системи, то його запит фіксується і таким чином визначаються потреби споживачів. Далі за допомогою інших інструментів цифрового маркетингу йому пропонують альтернативні варіанти задоволення попиту. Таким чином, цифровий маркетинг активізується після появи інтересу у потенційного покупця, а сигналом до початку активної фази цифрового маркетингу є подача запиту до пошукових систем. Тому значення пошукових систем, а значить і SEO-оптимізації, буде зростати.

Популярність соціальних мереж та високий рівень довіри до рекомендацій знайомих і друзів пояснюється біосоціальною схильністю людей до спілкування. Тому для реалізації даних потреб користувач буде сприяти генерації та ретрансляції медійного контенту. За даними аналітиків комунікаційної платформи Globlee рекламі 87 % користувачів довіряють відгукам друзів і родичів, і лише 65 % – медійним особам і блогерам [7]. Додатковим інструментом для соціальних мереж є вірусний маркетинг, який є вкрай ефективним при умові гармонізації змісту комерційної інформації та форми її ілюстрації (ролики, тексти, фотографії). Вдалий вибір форми приваблює споживача і він ладен добровільно поділитися цією інформацією, пересилаючи її іншим користувачам соціальних мереж.

Мобільний маркетинг, поки що не входить до лідерів цифрового маркетингу, проте стрімко набирає темпи і найближчим часом слід очікувати зростання його частки в загальному обсязі реклами. Нарощування потенціалу мобільних пристроїв, зростання кількості GPS-пристроїв та різноманітних мобільних додатків призведе до поступового відходу від цифрового маркетингу на користь мобільного маркетингу, оскільки він є ефективнішим.

Оптимізація процесу використання маркетингових комунікацій в мережі Інтернет відбувається шляхом постійної інтерактивної взаємодії та

залежить від своєчасних коригувань параметрів отриманого трафіку від автоматизованих сервісів Google Analytics, Yandex Метрика, CoMagic. Аналіз поведінки споживачів здійснюється на основі використання даних cookie. Це інформація, яка зберігається на комп'ютерах споживачів користувачів мережі Інтернет надає великі можливості підприємствам у визначенні цільового сегменту ринку, з'ясуванні його потреб і бажань, обліку кількості показів і кліків. Отже, таргетинг на основі cookie-файлів дозволяє дослідити характеристики кожного конкретного споживача-користувача на основі аналізу його профілю, який містить у собі інформацію про його пошукові запити, переглянуті сторінки Інтернет-ресурсів, замовлені чи здійснені покупки у Інтернет-магазинах. Далі, на основі виявленої цільової аудиторії розробляється рекламне звернення, яке розміщується на тих ресурсах, які відвідує цільовий сегмент ринку, коли споживач-користувач мережі Інтернет відвідує будь-який з тисяч сайтів, йому зразу демонструється банер з відповідною рекламою.

Таргетинг – це інноваційний та ефективний маркетинговий інструмент. Для дослідження ефективності таргетингу підприємством було обрано соціальну мережу Facebook, оскільки за даними соціологічної компанії StatCounter вона займає найбільшу частку на ринку соціальних мереж в Україні за кількістю користувачів – 53,11% або 11 млн. осіб. [316]. У січні 2019 р. було запущено звичайну рекламну кампанію у соціальній мережі загальною вартістю з метою оцінки її ефективності та початкового аналізу ринку з подальшим визначенням цільових аудиторій. Оплата за рекламу відбувалась за моделлю ціноутворення PPC (з англ. pay per click - «платити за клік»), яка передбачає, що рекламодавець платить за натискання користувачем на розміщений банер.

За результатами проведеного дослідження було отримано статистичні дані щодо критеріїв користувачів соціальної мережі, які перейшли за посиланням у рекламі. Їх структура за статтю і віком наведена на рисунку 3.5.

За даними наведеними на рисунку можна зробити висновок, що в структурі користувачів соціальної мережі, які перейшли за посиланням у рекламі, більшу частку займають жінки – 58,88% проти 41,12% у чоловіків. При цьому найбільшу долю мають жінки віком від 18 до 24 років, які складають 18,97% в структурі споживачів реклами, жінки віком від 25 до 34 років та чоловіки віком від 18 до 24 років, які складають 16,54% та 16,09% відповідно. Частку вище 10% складають також чоловіки віком від 25 до 34 років – 10,62% та жінки віком від 35 до 44 років – 10,93%. Усі інші групи споживачів реклами мають частку менше 10%.

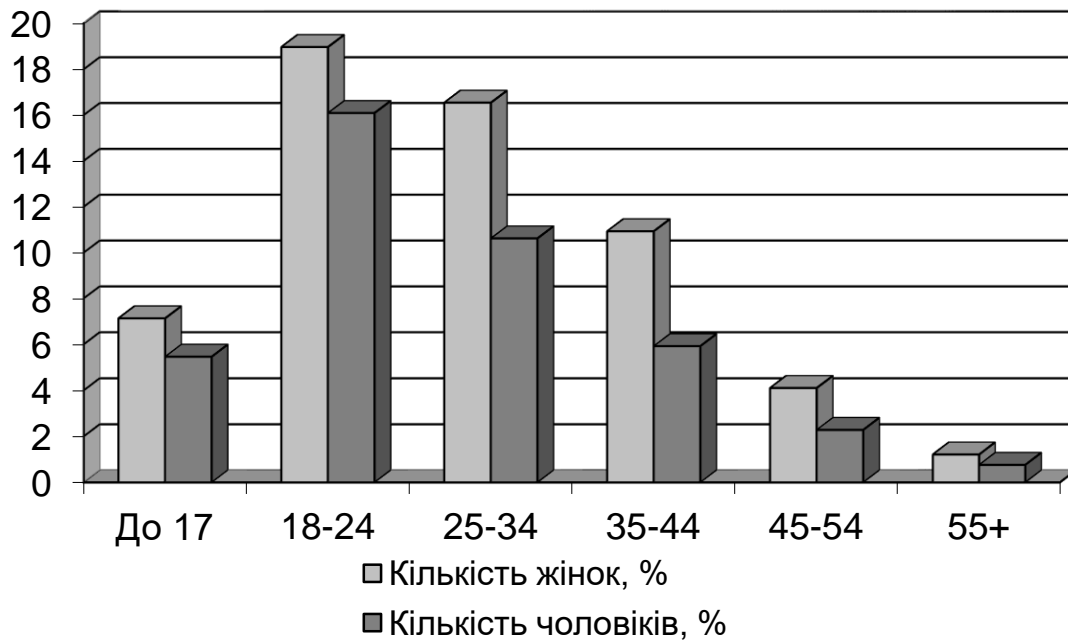


Рис. 3.5. Структура користувачів соціальної мережі, які перейшли за посиланням у рекламі, за статтю і віком

На рисунку 3.6 наведено структуру споживачів реклами за регіоном проживання.

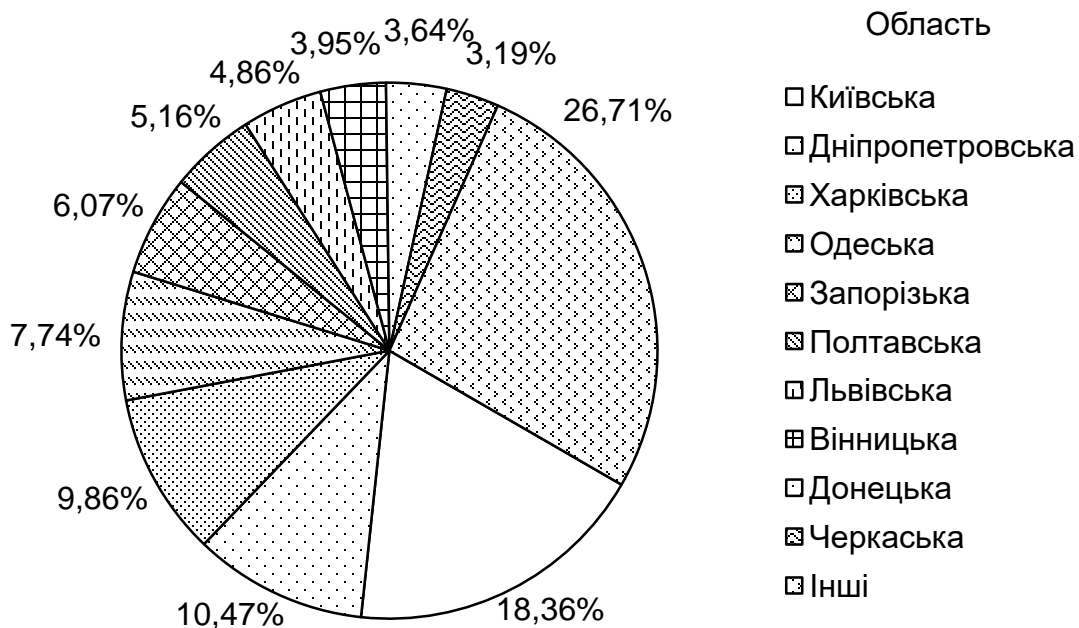


Рис. 3.6. Структура користувачів соціальної мережі, які перейшли за посиланням у рекламі, за регіоном проживання

За даними наведеними на рисунку можна зробити висновок, що в структурі користувачів соціальної мережі, які перейшли за посиланням у рекламі, більшість проживає у Київській, Дніпропетровській, Харківській, Одеській, Запорізькій та Полтавській областях – 18,36%, 10,47%, 9,86%, 7,74%, 6,07% та 5,16% відповідно. Усі інші регіони займають менше 5% у загальній структурі споживачів реклами.

Згідно з отриманими за результатами дослідження даними було виділено чотири цільові аудиторії для показу таргетингової реклами, яка відрізниться за змістом і формою в залежності від сегменту ринку:

- I сегмент – жінки віком від 18 до 44 років;
- II сегмент – чоловіки від 18 до 34 років;
- III сегмент – користувачі соціальної мережі, які найближчим часом святкують або мають друзів, що святкують день народження або річницю шлюбу, знайомства тощо;
- IV сегмент – користувачі соціальної мережі з інтересами у сферах «комп'ютерна техніка», «сучасні технології» тощо;

У лютому 2019 р. за наведеними сегментами ринку, використовуючи модель ціноутворення PPC, було запущено таргетингову рекламну кампанію. Для зменшення розміру охоплення цільової аудиторії було застосовано додаткові критерії: регіон проживання, рівень освіти, рівень доходів, сімейний стан тощо. Для оцінки ефективності таргетингової реклами у порівнянні зі звичайною слід розрахувати наступні показники:

- CPM (з англ. cost per millenium або cost per thousand impression – «вартість тисячі переглядів») – це показник, що визначає вартість 1000 показів банерів або оголошення;
- CPC (з англ. cost per click – «вартість кліку») – це вартість кожного кліка по рекламному оголошенню разом з подальшим переходом користувача на сайт рекламодавця;
- CPO (з англ. cost per order – «вартість замовлення») – це показник, що визначає, у скільки рекламодавцю обійшовся продаж однієї одиниці товару;
- CTR (з англ. click through rate – «рейтинг кліків») – це показник, який визначається відношенням кількості кліків на рекламне повідомлення або банер до загальної кількості демонстрації даних повідомлень;
- ROMI (з англ. return on marketing investment – «рентабельність маркетингових інвестицій») – це показник повернення інвестицій в маркетинг, який демонструє прибутковість або збитковість вкладення грошових коштів.

Результати розрахунків показників ефективності реклами у січні-лютому 2019 р. наведено в таблиці 3.1. На основі даних, отриманих в результаті розрахунків в таблиці 3.1, порівнюємо ефективність звичайної

рекламної кампанії у соціальній мережі у січні 2019 р. та таргетингової – у лютому 2019 р.

Показник ROMI зріс з 0,68 до 2,11, тобто більше, ніж в 2 рази. В результаті цього зменшились показники CPM, CPC та CPO: з 95,3 грн. на 11,94% до 83,92 грн., з 3,09 грн. на 36,73% до 1,96 грн. та з 101,89 грн. на 40,3% до 60,93 грн. відповідно. Дана різниця зумовлена тим, що при таргетинговій рекламі показник CTR складає 4,29%, що на 1,21% вище від звичайної, при якій його значення дорівнює 3,08%.

Алгоритми Facebook при використанні моделі ціноутворення PPC працюють по принципу «аукціону»

Таблиця 3.1- Розрахунок показників ефективності реклами

Показник	Алгоритм розрахунку	Значення
CPM, грн.	$CPM = \frac{V_{\text{рекл}}}{N_{\text{переглядів}}} * 1000$	$CPC^1 = \frac{2037,75}{21382} * 1000 = 95,3$ $CPC^2 = \frac{4075,5}{48565} * 1000 = 83,92$
CPC, грн.	$CPC = \frac{V_{\text{рекл}}}{N_{\text{переходів}}}$	$CPC^1 = \frac{2037,75}{659} = 3,09$ $CPC^2 = \frac{4075,5}{2083} = 1,96$
CPO, грн.	$CPO = \frac{V_{\text{рекл}}}{N_{\text{замовлень}}}$	$CPO^1 = \frac{2037,75}{20} = 101,89$ $CPO^2 = \frac{4075,5}{67} = 60,83$
CTR, %	$CTR = \frac{N_{\text{переходів}}}{N_{\text{переглядів}}} * 100\%$	$CTR^1 = \frac{659}{21382} * 100\% = 3,08$ $CTR^2 = \frac{2083}{48565} * 100\% = 4,29$
ROMI	$ROMI = \frac{B - C - V_{\text{рекл}}}{V_{\text{рекл}}}$	$ROMI^1 = \frac{5370 - 1937,93 - 2037,75}{2037,75} = 0,68$ $ROMI^2 = \frac{18520 - 6492,06 - 4075,5}{4075,5} = 1,95$

В результаті цього зменшились показники CPM, CPC та CPO: з 95,3 грн. на 11,94% до 83,92 грн., з 3,09 грн. на 36,73% до 1,96 грн. та з 101,89 грн. на 40,3% до 60,93 грн. відповідно. Дана різниця зумовлена тим, що при таргетинговій рекламі показник CTR складає 4,29%, що на 1,21% вище від звичайної, при якій його значення дорівнює 3,08%. Алгоритми Facebook при

використанні моделі ціноутворення PPC працюють по принципу «аукціону» і при виборі між оголошеннями двох рекламодавців вибирають те, яке має вищий CPC та CTR. Отже, підвищення значення CTR дозволяє вигравати «аукціон» за меншою ціною і збільшити вірогідність показу банера тим споживачам, які є найбільш чутливими до реклами та пріоритетними для рекламодавців. Це свідчить про підвищення якості відбору потенційних споживачів алгоритмами Facebook завдяки удосконаленню управлінню маркетинговою діяльністю підприємства та правильного сегментування ринку.

Коефіцієнт ROMI у січні 2019 р. порівняно з лютим зріс з 0,68 на 185,17% до 1,95, тобто у лютому 2019 р. кожна гривня грошових коштів, вкладених у рекламу, приносила підприємству 1,95 грн. валового прибутку, що свідчить про збільшення ефективності реклами та удосконалення управління маркетинговою діяльністю підприємства. Подальше удосконалення управління маркетинговою діяльністю полягало у визначенні, для якої з цільових аудиторій реклама була найбільш результативною. Для цього було проведено аналіз значень показників ефективності реклами CPM, CPC та CTR по кожному сегменту ринку, наведені у таблиці 3.2.

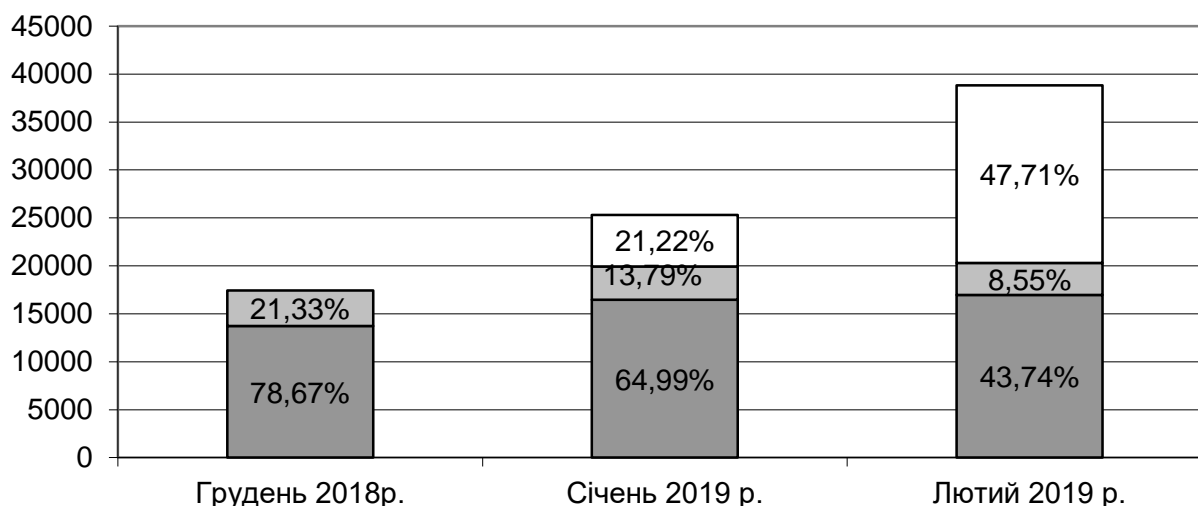
Таблиця 3.2 - Порівняння показників ефективності реклами за сегментами ринку

Показник	I сегмент	II сегмент	III сегмент	IV сегмент	Разом
Витрати на рекламу, грн.	2037,75	950,95	543,4	543,4	4075,5
Кількість переглядів реклами, шт.	23379	10518	6454	8214	48565
Кількість переходів за посиланням у рекламі, шт.	943	397	296	447	2083
CPM, грн.	87,16	90,41	84,2	66,16	83,92
CPC, грн.	2,16	2,4	1,84	1,22	1,96
CTR, %	4,03	3,77	4,59	5,44	4,29

За результатами аналізу даних, наведених у таблиці 3.2, можна зробити висновок, що найбільш ефективною є реклама для IV цільової аудиторії – користувачів соціальної мережі з інтересами у сферах «комп'ютерна техніка», «сучасні технології» тощо. За цим сегментом ринку значення показника CPM є меншим порівняно з середнім значенням по всім

цільовим групам на 17,76 грн. або на 21,17% і складає 66,16 грн., значення CPC – є меншим на 0,74 грн. або на 37,87% і складає 1,22 грн., а значення CTR – є більшим на 1,15% і складає 5,44%. З цього можна зробити висновок, що для підвищення ефективності маркетингової діяльності сегментування споживачів необхідно здійснювати за інтересами.

У результаті удосконалення управління маркетинговою діяльністю підприємства частка виручки від реалізації продукції в мережі Інтернет, отриманої за допомогою реклами, збільшилась з 21,22% на 26,49% до 47,71% у загальній структурі виручки за каналами збуту (рис. 3.5).



- Виручка від реалізації продукції в мережі Інтернет, отримана за допомогою використання реклами, грн.
- Виручка від реалізації продукції в мережі Інтернет, отримана без використання реклами, грн.
- Виручка від прямої реалізації продукції, грн.

Рис. 3.5. Структура виручки від реалізації продукції за каналами збуту в грудні 2018 р. - лютому 2019 р.

З рисунку 3.5 можна зробити висновок про те, що частка виручки від прямої реалізації продукції знизилась з 64,99% на 21,25% до 43,74%, а частка виручки від реалізації продукції в мережі Інтернет, отримана без використання реклами, знизилась з 13,79% на 5,24% до 8,55%. Низький обсяг самостійних продажів веб-сайту свідчить про низький рівень його відповідності запитам відвідувачів.

Отже, необхідно дослідити, яким потребам споживачів повинен задовольняти веб-сайт, визначити, які технічні характеристики впливають на його ефективність та проаналізувати, яким чином удосконалення веб-

сайту вплине на техніко-економічні характеристики підприємства.

Найбільш поширеною причиною низької відвідуваності веб-сайту є його низькі позиції в результатах пошуку. Статистика Google свідчить, що 68% користувачів не йдуть далі першої сторінки результатів пошуку. Позиція веб-сайту визначається алгоритмами пошукових систем на основі більш ніж 200 критеріїв. Завдяки дослідженням і експериментам, які проводять фахівці всього світу, можна виділити основні положення, які покращують позиції веб-сайту у видачі: простота і зрозумілість навігації, відповідність текстів використовуваним ключам, оригінальний контент, кількість і якість ресурсів, які посилаються. Також слід враховувати, що пошукові системи не можуть самостійно проводити повноцінний аналіз розміщених даних, тому вони, в тому числі, орієнтуються і на поведінку людей на Інтернет-ресурсі. Завдяки відстеженню переходів, часу, проведеного на сторінці, та інших показників пошукові системи доповнюють свої дані про відповідність інформації запиту користувача.

З кожним роком забезпечення високої позиції веб-сайту в пошукових системах стає все більш складним процесом, але є обмежена кількість змінних, які до сих пір досить помітно впливають на його місце у видачі, основними з яких є:

- використання протоколу HTTPS, призначеного для підтримки шифрування з метою підвищення безпеки, він забезпечує захист від атак, заснованих на прослуховуванні мережевого з'єднання;
- рівень індексації пошукової системи, який характеризує процес збору інформації пошуковою системою про вміст веб-сайту, для того, щоб веб-сторінка відображалась в результатах пошуку, вона повинна бути проіндексована та внесена в базу даних пошукової системи;
 - кількість ключових слів та їх частка в тексті;
 - кількість сторінок, що посилаються, та частка органічних посилань, при цьому пошукові системи можуть накладати санкції за велику кількість неорганічних посилань;
 - кількість помилок HTML коду, веб-сторінки з коректним кодом правильно відображаються в браузері, позитивно впливають на поведінкові чинники і займають більш високі позиції у видачі;
 - швидкість завантаження HTML, яка безпосередньо впливає на поведінкові фактори користувачів та пошукових роботів, в деяких пошукових системах швидкість завантаження – один з основних чинників ранжування;
 - розмір HTML сторінки та завантажених ресурсів;
 - кількість внутрішніх посилань, за допомогою яких можна впливати на перерозподіл ваги між окремими сторінками ресурсу, посилаючись на

більш значимі розділи або статті, вони впливають на поведінкові фактори – спрощують навігацію і допомагають користувачу швидше потрапити в потрібний розділ.

Для того щоб оцінити якість Інтернет-ресурсу з точки зору пошукових систем та визначити вплив його параметрів на позицію в результатах пошуку і рівень відвідуваності порівняємо технічні показники веб-сайту та фірм-конкурентів. Середній бал технічних показників веб-сайту досліджуваного підприємства складає 65,06 балів, при цьому середній бал лідера на ринку фірми-конкурента 79,86, що на 22,75% більше ніж у досліджуваної фірми. Низька відвідуваність пов'язана з тим, що позиція веб-сайту досліджуваної фірми на відміну від фірми лідера знаходиться не на першій сторінці видачі (18 місце проти 7 – у лідера).

Для порівняння показників веб-сайту фірми з конкурентом побудуємо пелюсткову діаграму (рис. 3.6).

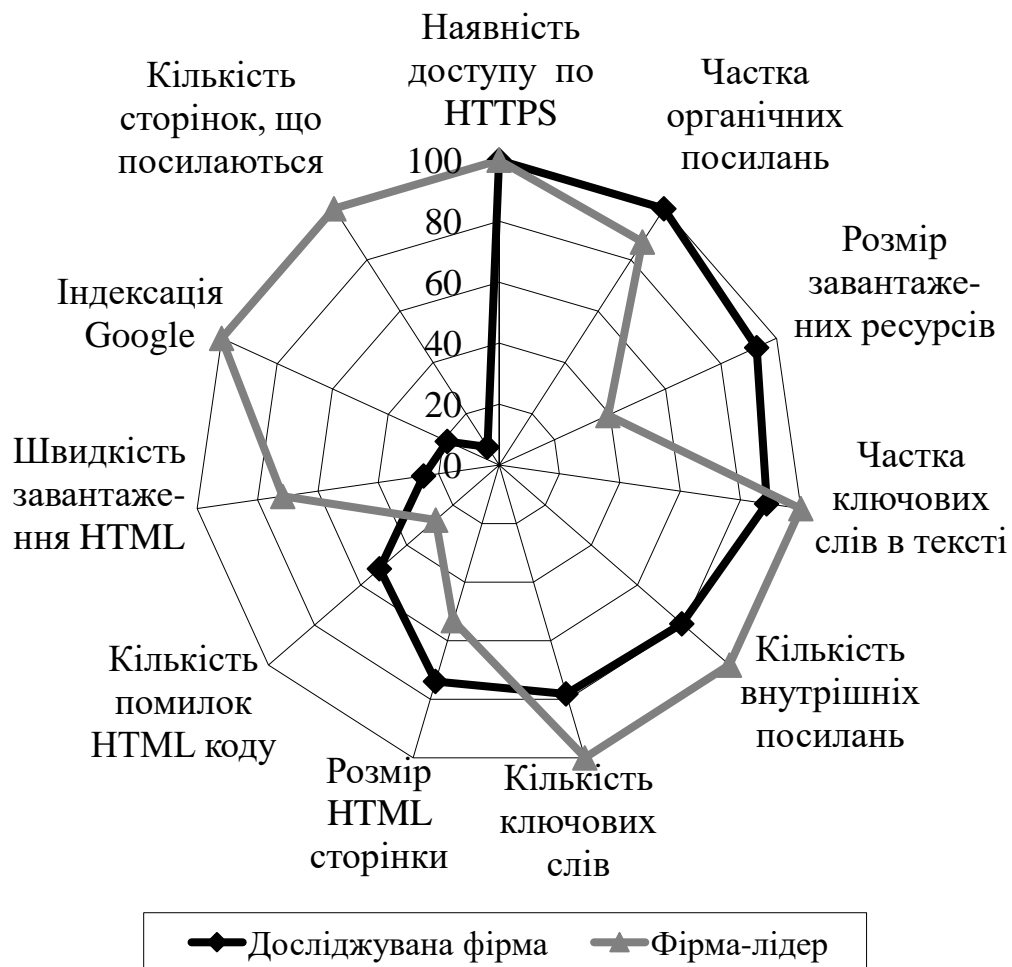


Рис. 3.6. Порівняння технічних показників веб-сайту

Для оцінки ефективності діяльності веб-сайту з точки зору його відповідності очікуванням користувачів використовується показник рівня конверсії, який характеризує відношення числа відвідувачів веб-сайту, що виконали на ньому будь-які цільові дії, до загальної кількості відвідувачів.

Значення показника показує, наскільки добре в організації поставлені процеси наповнення інтернет-ресурсу. Також він демонструє ефективність маркетингової діяльності фірми. Розрахунок конверсії – необхідний захід при оцінці ефективності діяльності організації. Розрахунок показника з обов'язковим подальшим аналізом здатен виявити проблеми та визначити шляхи їх вирішення.

Незважаючи на те, що рівень конверсії може коливатися в залежності від галузі, існує кілька схожих постійних моментів. WordStream, Inc. – компанія, яка займається виробництвом й продажем програмного забезпечення для пошукового маркетингу, у 2018 році провела дослідження рівня конверсії підприємств різних галузей, результати якого наведені на рисунку 3.7 [285].

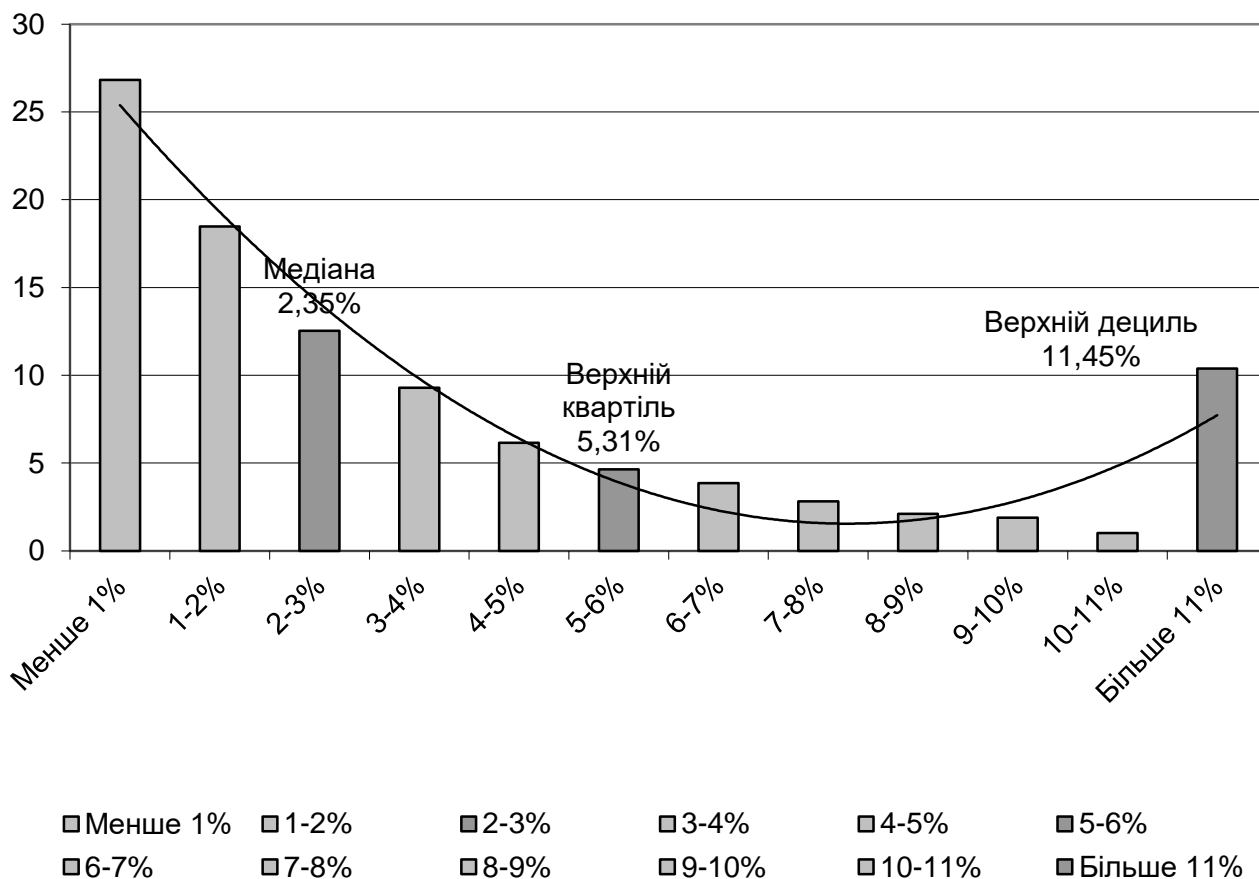


Рис. 3.7. Структура підприємств за рівнем конверсії за результатами дослідження WordStream, Inc. у 2018 р. [285]

На рисунку 3.7 видно, що найбільшу частку в структурі підприємств за рівнем конверсії складають підприємства з рівнем конверсії менше 1% – вони складають 26,83% в загальній структурі. При цьому середнє значення конверсії дорівнює 2,35%, 25% підприємств мають рівень конверсії вище 5,31% і лише 10% мають значення більше 11%. Для підприємств роздрібної торгівлі значення показника конверсії вважається нормальним, якщо воно знаходиться на рівні 3-4%.

Для оцінки показника конверсії використовується метод побудови воронки продажів. Воронка продажів – це маркетингова модель, яка описує передбачуваний шлях потенційного покупця від першого знайомства з пропозицією або товаром до реальної покупки. Вона дозволяє зрозуміти, як потенційний клієнт приходить до рішення про покупку товарів або послуг, якими мотивами він керується, роблячи цю покупку. Воронка продажів передбачає наступні етапи: увага, інтерес, бажання, дія. Порівняємо рівень конверсії веб-сайту за січень-лютий 2019 р. шляхом побудови воронки продажів (рис. 3.8, 3.9).

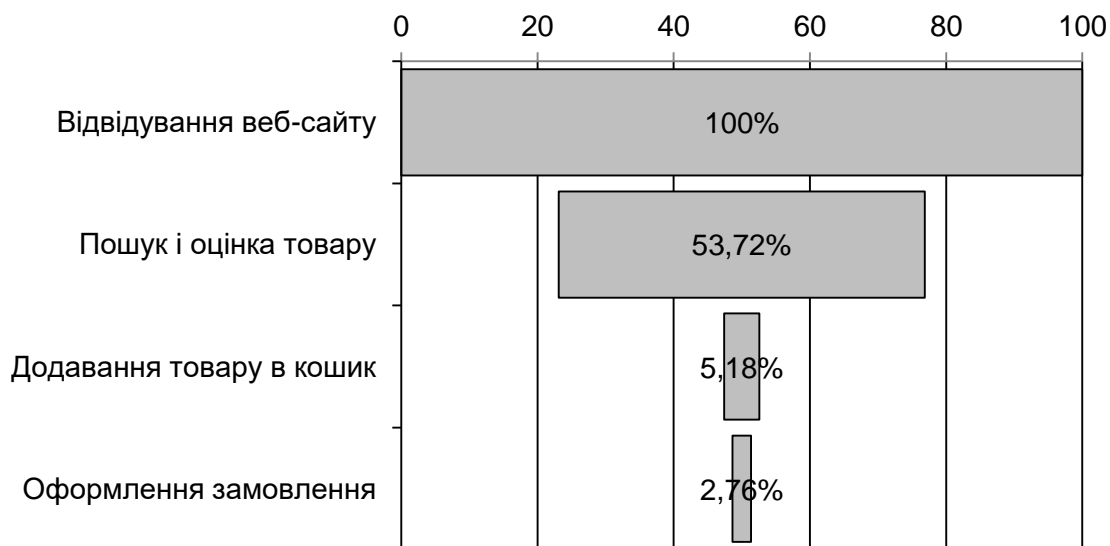


Рис. 3.8. Структура воронки продажів в січні 2019 р.

На рисунку 3.8 видно, що кількість відвідувачів веб-сайту, які перейшли зі стадії уваги до стадії інтересу та приступили до пошуку і оцінки товару склала 53,72%, перейшли на стадію бажання та додали товар в кошик – 5,18%, а на стадію дії, оформивши замовлення, перейшли лише 2,76%. Тобто рівень конверсії у січні 2019 року склав 2,76%. Це вище від середньостатистичного значення, яке дорівнює 2,35%, проте є нижчим від

нормального значення по галузі, яке знаходиться у межах 3-4%.

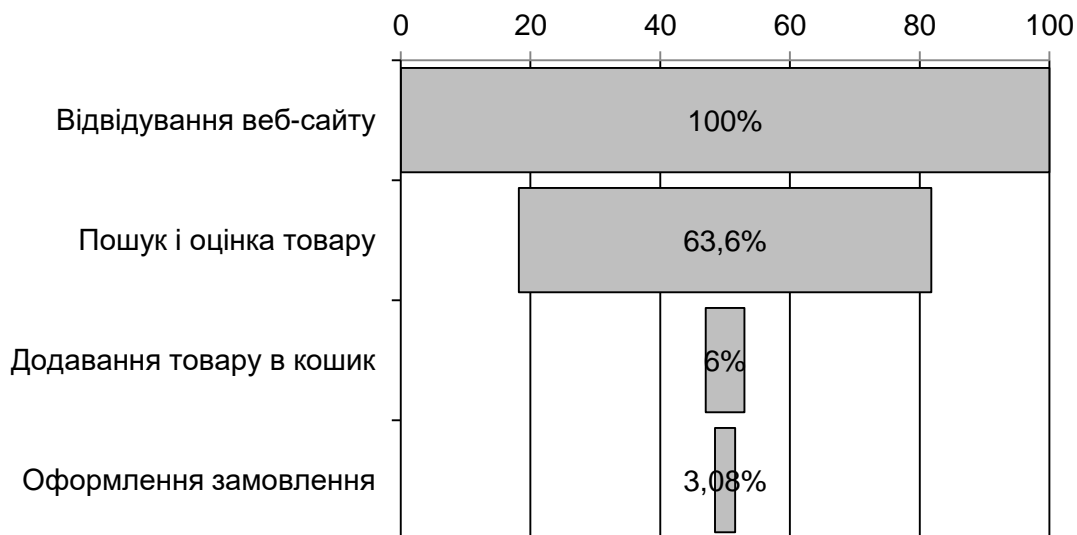


Рис. 3.9. Структура воронки продажів в січні 2019 р.

З даних, наведених на рисунку 3.9, можна зробити висновок, що в лютому 2019 р. порівняно з січнем частка відвідувачів, які приступили до пошуку і оцінки товару, у загальній структурі зросла на 9,88% до 63,6%, тих, хто додав товар в кошик – на 0,82% до 6%. Рівень конверсії зріс на 0,32% до 3,08% та став відповідати нормальному рівню по галузі, що свідчить про зростання ефективності маркетингової діяльності на підприємстві.

Збільшення рівня конверсії зумовлене передусім вдосконаленням рекламної діяльності підприємства та роботою з цільовими аудиторіями, а також оптимізацією структури веб-сайту.

Загострення конкуренції на внутрішньому і зовнішньому ринках визначає необхідність більш широкого застосування маркетингових інструментів економічними суб'єктами для підвищення впливу на потреби споживачів і формування споживчих переваг з використанням маркетингових засобів. Відповідно зростає роль і спосіб управління маркетингом, як інструментом підвищення ефективності функціонування комерційних організацій. Отже, існує необхідність дослідження маркетингової діяльності, її впливу на техніко-економічні показники підприємства та розробка напрямків її удосконалення.

Було виявлено, що існує можливість забезпечення додаткового зростання виручки за рахунок удосконалення його технічних показників та приведення їх до рівня лідера на ринку. Для удосконалення управління

маркетинговою діяльністю підприємства запропоновано проведення пошукової оптимізації веб-сайту. Під час порівняння можливих інструментів управління маркетинговою діяльністю було виявлено, що за більшістю критеріїв оптимальним варіантом є інтенсифікація рекламної діяльності шляхом поглибленого сегментування ринку.

3.3. ОБҐРУНТУВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ РИЗИКІВ В ІННОВАЦІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Сучасні ринкові умови господарювання обумовлені враховувати підприємницькі ризики, що в перспективі забезпечить підприємство одержати запланований фінансовий результат та збільшить ймовірність одержання такого результату. Високий ризик, дія якого підсилюється через негативні процеси, які відбуваються останніми роками в економіці країни, являється одним із чинників, що стримують інноваційну діяльність вітчизняних підприємств. Це зумовлює потребу у проведенні найбільш ретельної попередньої оцінки ризику інноваційних проектів, можливості здійснення яких розглядаються на підприємствах, а також ретельнішому відборі цих проектів й розробці заходів щодо обмеження ризику в інноваційній діяльності підприємств [124].

На законодавчому рівні встановлено, що підприємницька діяльність є ризиковою, бо багато рішень суб'єкту господарської діяльності доводиться приймати в умовах невизначеності. Кризові явища спричинили зростання можливості настання багатьох ризиків для більшості господарюючих суб'єктів, особливо малих та середніх підприємств. Для виявлення ризиків, необхідно чітко знати їх сутність, чинники, які спричиняють та сприяють їх поширенню. Категорії "невизначеності" і "ризик" є невід'ємними складниками умов підприємницької діяльності, тому визначення цих категорій для суб'єкта господарювання є важливим. За таких умов важливо вчасно помітити зміни, які впливають на діяльність підприємства, аналізувати тенденції їхнього розвитку, вчасно відреагувати та скоректувати господарську діяльність, щоби спрямувати зусилля на ліквідацію або зменшення негативних наслідків (ризик) на господарську діяльність підприємства загалом.

Обґрунтування сутності ризиків, класифікації, причин їх виникнення, розробки методик оцінки та визначення шляхів зменшення їх ступеня й управління ними знайшли висвітлення у працях І.Т. Балабанова, А.П. Альгіна, П. І. Верченка, В. В. Вітлінського, Ю. Дегтярьова, Р. Кіні та ін.

Дослідник В.Вітлінський пропонує при оцінюванні підприємницького

ризик урахувати лише несприятливі події та їхні негативні наслідки. Визначає джерела ризику як чинники (процеси, явища), які спричиняють невизначеність, конфліктність. Але, як свідчать інші дослідження, такий підхід недостатньо відображає сутність підприємницького ризику. Економіст Пікус Р.В. вважає, що підприємницький ризик – це прийняття рішень, спрямованих на максимізацію доходу в умовах невизначеності обставин.

Такі вчені, як Ю. Дегтярьова, Р. Кіні пропонують визначати наявність ризиків за допомогою методів економіко-математичного моделювання Ю. Дегтярьова пропонує під час прийняття управлінських рішень використовувати методи теорії ігор. Вона вважає, що цей метод допоможе підприємству протистояти несприятливим ситуаціям і приймати ефективні управлінські рішення.

Питання оцінки ризику знайшли відображення у дослідженнях таких учених, як І.Р. Бузько, Д.К. Воронков, В.Н. Гунін, С.М. Ілляшенко, В.Г. Мединський, Л.Г. Шаршукова, І.М. Труніна та ін. Ці дослідники пропонують поряд з загальними критеріями вимірювання ризику у господарській діяльності підприємства, використовувати специфічні критерії, які враховують особливості інноваційної діяльності підприємства. Пропоновані критерії базуються переважно на використанні експертного методу оцінки ризику, що дозволяє певною мірою врахувати такі особливості інноваційної діяльності підприємства, як унікальність розроблених інновацій, відсутність аналогів для порівняння, відсутність репрезентативних вибірок для використання статистичних вимірювачів ризику та ін.

Метою є розгляд впливу підприємницького ризику та невизначеності на ефективність інноваційної діяльності підприємства.

Ризик – складає об'єктивно немінучий елемент прийняття будь-якого управлінського рішення в силу того, що невизначеність – немінуча характеристика умов господарювання. Він має місце тільки там, де може бути як мінімум два і більше можливих альтернативних результатів. У ситуації, коли можливий тільки один результат, ризику немає, оскільки альтернативи відсутні. Більшість управлінських рішень підприємства приймається в умовах невизначеності та економічного ризику. Щоб вижити підприємствам потрібно не уникати ризику, а вміти правильно оцінювати його ступінь і безпосередньо управляти ним з метою обмеження. Підприємствам необхідні своєчасне врахування факторів ризику при прийнятті управлінських рішень; кваліфікована організація процесу управління ризиковою ситуацією, що спрямована на забезпечення адаптації діяльності підприємства до мінливих умов зовнішнього та внутрішнього середовища [19].

Для того щоб охарактеризувати поняття «ризик» розглянемо, що таке

ситуація ризику. Кожна людина у побутовій, виробничій і інших видах діяльності постійно стикалася із ситуаціями, коли вона не має однозначного рішення, але обов'язково потрібно зробити вибір одного з декількох варіантів рішень, які мають різну ймовірність здійснення. Акт розуміння людиною того, що вона стикнулася із ситуацією ризику можна охарактеризувати терміном «усвідомлення ризику». Це необхідний компонент, що взаємопов'язує існуючу ситуацію ризику і безпосередню ризикову дію, оскільки усвідомлення змісту ситуації ризику дозволяє людині зняти її шляхом-вибору й реалізації однієї з наявних альтернативних дій.

Цей комплекс зняття ситуації ризику і відповідає поняттю «ризик», що в загальному представляє собою процес «зняття невизначеності». Графічна модель ризику представлена на рис. 3.3 [19].

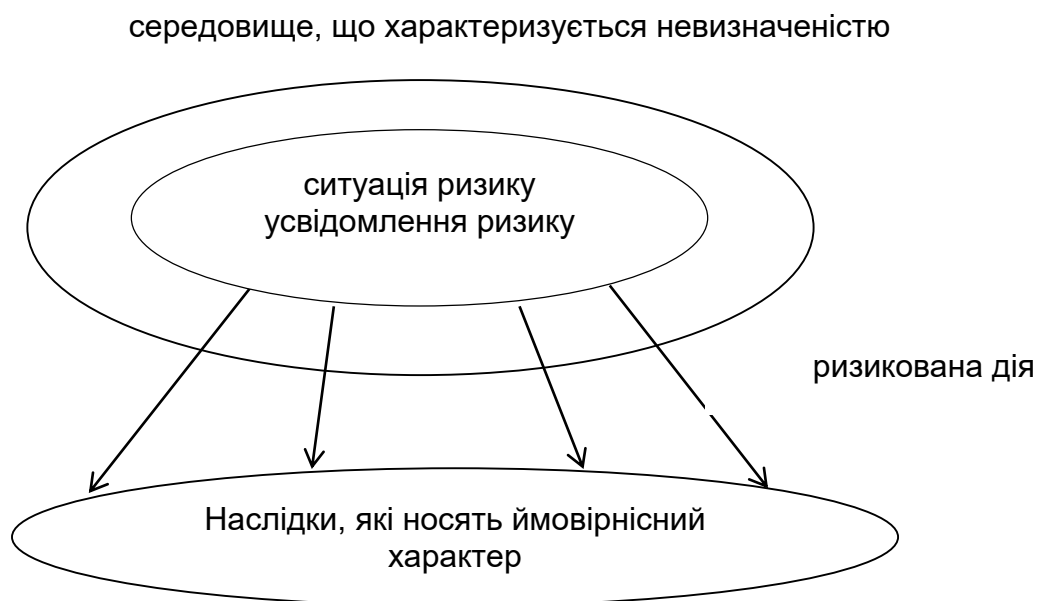


Рис. 3.3. Графічна модель ризику

Ризик є наслідком прийняття рішення в умовах невизначеності. Невизначеність в результаті мають більшість господарських рішень, наслідки яких проявляються в майбутньому. Розрізняють такі види причин виникнення невизначеностей:

- нестабільність багатьох процесів і явищ, що впливають на економіку;
- різний рівень інформованості учасників ринкових угод;
- конфліктність і багатокритеріальність при оцінці рішень;
- неповнота неточність та суперечливість інформації.

Структурна схема існування невизначеності у процесі діяльності

промислового підприємства наведена на рис. 3.4.

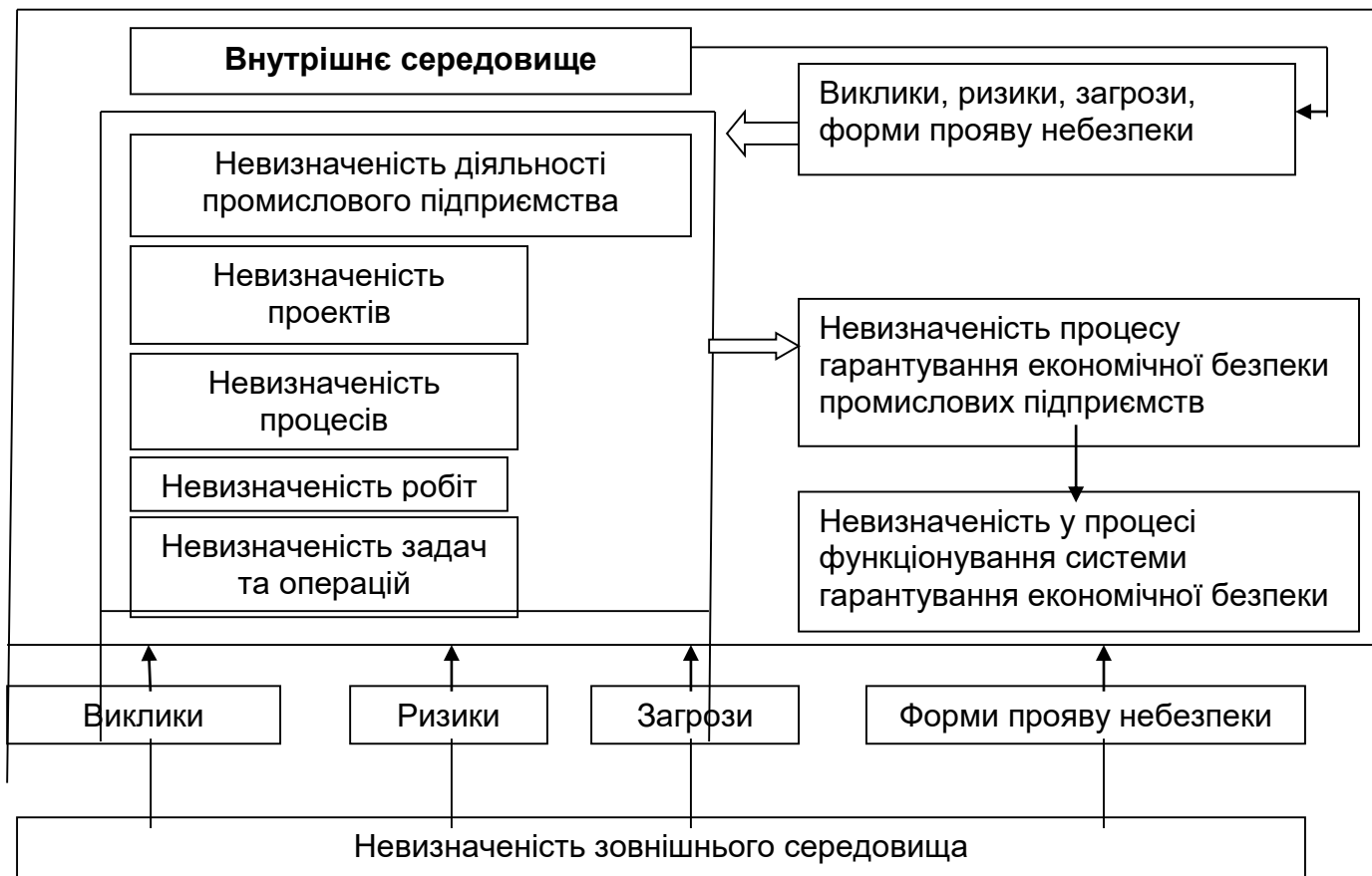


Рис. 3.4. Структурна схема існування невизначеності у процесі діяльності промислового підприємства [103]

Важливість невизначеності полягає в тому, що вона є чинником, який не дозволяє досягнути бажаних показників діяльності, в тому числі високого рівня гарантування економічної безпеки. Невизначеність характеризують фактори внутрішнього та зовнішнього середовища, ступінь впливу та/або значення яких частково відомі або не відомі повністю [237].

Загалом невизначеність у моделях прийняття рішень представлена наявністю декількох можливих розв'язків кожної альтернативної ситуації. Невизначеність характеризується такими поняттями як непередбачуваність, випадковість, неоднозначність, нечіткість. У випадку притаманності зазначених характеристик управлінським рішенням останні не можуть визначати гарантований результат альтернативної ситуації. За таких умов обов'язковим є дослідження або всіх можливих, або найбільш ймовірних результатів.

Невизначеність можна поділити на два види:

- невизначеність середовища;
- невизначеність особистісна [111].

Невизначеність середовища обумовлюється неповнотою інформації про фактори впливу внутрішнього і зовнішнього середовища, а особистісна – неоднозначністю сприйняття однієї і тієї ж ситуації різними людьми залежно від мотивів, рівня знань та досвіду, думок, емоційного стану тощо.

Здебільшого невизначеність щодо діяльності промислового підприємства втілюється в загрозливих ситуаціях, виникнення яких у процесі гарантування економічної безпеки може мати значні негативні наслідки. Зважаючи на те, що діяльність підприємства постійно зазнає впливу деструктивних факторів внутрішнього і зовнішнього середовища, виникає необхідність визначення діапазону значень показників тієї чи іншої функціональної складової діяльності, які дозволяють підтримувати належний рівень економічної безпеки, а також при їх впливі настає ситуація, що потребує термінового втручання з метою її стабілізації. Але управлінським рішенням, які приймаються для нейтралізації впливу згаданих факторів, також притаманна невизначеність, що розуміється як форма діалектичного зв'язку необхідного та випадкового [61].

Причинами невизначеності можуть бути:

- випадкові помилки управлінського персоналу;
- непередбачені зміни умов розвитку внутрішнього і зовнішнього середовища;
- неминучі похибки при аналізі складної системи «природа – суспільство – підприємство – колектив – людина»;
- запізнення у використанні новітніх розробок НТП;
- об'єктивним або суб'єктивним впливом людського фактора тощо [61].

Поява підприємницьких ризиків зумовлена численними факторами — умовами, які можуть викликати та спричинити невизначеність результатів здійснення господарської діяльності. Економістами запропоновано основні критерії визначення факторів підприємницького ризику слідуючі:

- джерело виникнення (зовнішні та внутрішні фактори);
- ступінь впливу (фактори прямої та непрямої дії).

Фактори прямої дії безпосередньо впливають на результати підприємницької діяльності та рівень ризику. Фактори непрямої дії не впливають безпосередньо на дані процеси, але зумовлюють їх зміну.

Параметри, що характеризують внутрішню діяльність підприємства, є внутрішніми; зовнішніми факторами є параметри, що характеризують зовнішнє середовище суб'єкта господарювання. Основними внутрішніми

факторами ризику, залежно від сфер господарської діяльності підприємства, вважають — виробництво, обіг, управління. До зовнішніх відносяться ризики, безпосередньо не пов'язані з діяльністю підприємця. Йдеться про непередбачені зміни законодавства, регулюючого підприємницьку діяльність; нестійкості політичного режиму в країні діяльності і інших ситуаціях, а відповідно і про втрати підприємців, що виникають в результаті війни, що почалася, націоналізації, страйків.

Аналіз ризиків вважається дуже важливим і відповідальним напрямом комплексного аналізу й оцінювання варіантів інвестиційного проекту, адже в його рамках вирішується завдання узгодження і поєднання двох цілей — максимізація прибутку і мінімізація ризику.

У процесі оцінювання ризику можуть бути використані абсолютні й відносні показники. Абсолютний розмір фінансових втрат, пов'язаних із інвестиційним ризиком, є сумою реального (чи потенційного) збитку інвестора у зв'язку з настанням несприятливих обставин.

Відносний розмір фінансових втрат — це відношення суми збитку до вибраного базового показника (наприклад, до суми очікуваного прибутку від здійснення інвестиційного проекту; до суми вкладеного капіталу і т.п.). Якщо розглядати вплив підприємницького ризику на господарську діяльність підприємства, то необхідно звернути увагу на ступінь ризику — ймовірність появи випадку втрат (імовірність реалізації ризику), а також розмір можливого збитку від нього. Вирізняють два основних параметри оцінювання ступеня ризику: імовірність появи втрат (імовірність реалізації ризику) — чим вона вища, тим більший ризик; величину втрат (розмір можливого збитку) — чим вона більша, тим більший ризик [91].

Ступінь ризикованості залежить від розмірів підприємства, кількості працівників, величини активів, частки ринку збуту, обсягів продукції. З цього погляду можна виділити такі групи підприємств:

- найбільш ризикові (заводи-«гіганти», фабрики, оскільки вони ресурсомісткі, мають значний розмір грошового обігу, велику кількість працівників);
- підприємства середнього ступеня ризикованості (сільськогосподарські підприємства, оскільки їх діяльність залежить від природних умов, основним засобом виробництва є земля, від ефективності використання якої залежить результативність роботи підприємства);
- найменш ризикові (малі підприємства, агрофірми, фермерські господарства, оскільки вони невеликі за розміром, випускають незначні обсяги продукції, мають місцеві ринки збуту).

Обґрунтованим ризик може вважатися після проведення його кількісного та якісного аналізу та оцінювання. Тільки співвідношення від

можливостей отримання вигод від ризику та імовірних збитків від реалізації ризикової ситуації дозволить визначити прийнятний рівень ризику.

Якісний аналіз ризиків складається у визначенні можливих ризиків, що мають істотний вплив на результати реалізації інноваційного проекту.

Основними результатами якісного аналізу ризиків є [115]:

- виявлення конкретних ризиків інноваційного проекту та їхніх причин, що породжують;
- аналіз і вартісний еквівалент прогнозованих наслідків можливої реалізації визначених ризиків;
- пропозиція заходів щодо мінімізації збитку та їхньої вартісної оцінки.

Після етапу якісного аналізу проводиться кількісна оцінка ризиків.

Методами кількісного аналізу ризиків, що зустрічаються найбільш частіше є аналіз чутливості (уразливості), метод експертних оцінок, статистичний метод, метод критичних значень, метод аналогій, аналіз сценаріїв, «дерево рішень», імітаційне моделювання ризиків по методі Монте-Карло.

Інвестиційні ризики вимірюються різними методами. Одним із методів аналізу ризикованості інвестиційного проекту є аналіз чутливості реагування. Мета методу – виявити, наскільки чутливо реагує чиста теперішня вартість чи внутрішня норма окупності на зміну певних факторів. З двох проектів чутливіший до змін вважається ризикованішим. Методи імітації, статистичні та експертні методи також дозволяють виявити та виміряти ризик. Експерти, імітуючи різні обставини, в яких може здійснюватися проект, розраховують показники чистої теперішньої вартості, а також супроводжують свої оцінювання даними про ймовірність виникнення певних подій. Що вище значення показників варіації, тобто чим більшим буде відхилення очікуваного показника ефективності від його середньої очікуваної величини, тим більш ризикованим є інвестиційний проект.

Важливою складовою оцінки ризиковості інвестиційних проектів є аналіз беззбитковості, в ході якого визначають точку беззбитковості, в якій надходження від реалізації проекту покривають витрати, а величина прибутку дорівнює нулю. Точка беззбитковості може бути розрахована в натуральних одиницях чи у вигляді коефіцієнта використання виробничих потужностей. Що вищою є точка беззбитковості, тим вищий ризик, оскільки більший обсяг надходжень необхідний для забезпечення рентабельності проекту. Для того, щоб прийняти остаточне рішення про доцільність вибору інвестиційного проекту, необхідно зіставити показники його

ефективності та ризику. Ефективніші проекти, як правило, і є більш ризиковані [71].

Узагальнюючи ж процес аналізу ризику, його можна звести до наступного: виявлення можливих варіантів розв'язку проблеми; визначення потенційних наслідків реалізації прийнятого ризику; інтегральна оцінка ризику, яка включає кількісний і якісний аспект.

Оцінивши ризик, актуальним стає питання визначення оптимальних методів регулювання ризику. Сформовані теорії ризику переважно базуються на традиційних методах уникнення або передавання ризику, проте отримання високого конкурентного прибутку та зростання вартості підприємства передбачає все ж таки прийняття ризику та його свідомого використання. В першу чергу це стосується необхідності проведення інноваційної діяльності на підприємстві. Так, вона супроводжується високими поточними ризиками її здійснення, проте дає можливість отримати стратегічні конкурентні переваги і запобігти впливу ризику втрати конкурентної позиції у майбутньому [121].

В сучасних умовах ринкової економіки підприємства стикаються з високим ступенем невизначеності економічного середовища, що змушує їх динамічно пристосовуватися до змін. Сучасні теоретичні та методологічні напрацювання у галузі антикризового управління підприємством надають можливість оцінити вірогідність настання кризових ситуацій, розробити, впровадити та реалізувати програми запобігання і усунення негативних наслідків криз, забезпечити стійкий розвиток. Таким чином, досліджено невизначеність умов середовища функціонування промислових підприємств.

Підбиваючи підсумок, необхідно зазначити, що ризик як суб'єктивно-об'єктивна категорія є невід'ємною беззаперечною частиною будь-якого напрямку та виду господарської діяльності підприємства. Його вплив слід враховувати у прогнозуванні економічних наслідків рішень, які приймаються суб'єктом, а також поведінки споживачів, конкурентів.

Використання сучасних методик оцінювання ризику інноваційних проектів дають більш об'єктивну інформацію по впливу ризику на ефективне забезпечення проведення інноваційної діяльності на підприємстві [118]. Тому необхідно комплексно оцінювати ризик в діяльності підприємства, обґрунтовано вибирати інноваційні проекти, а також розроблювати рекомендації щодо обмеження ризику при їх реалізації. Це сприятиме більш дієвому обмеженню ризику в діяльності підприємств, її успішнішому здійсненні, а отже, частковому усуненню перешкод до її активізації на вітчизняних підприємствах.

РОЗДІЛ 4 УПРАВЛІННЯ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ НЕСТАБІЛЬНОГО ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА

4.1. PROBLEMS OF PROFESSIONAL CAREER DEVELOPMENT OF PERSONNEL

Research and solutions to contemporary problems that impede the development of professional careers of staff is one of the most urgent tasks not only for the psychological sciences, but for society as a whole. The present social situation has not only radically changed ideas and values, but also gave rise to an uncertain, often unjustified attitude to many values and norms, including the values of career, personal development [280]. Ensuring career coherence and personal self-fulfillment is one of the key tasks of top management of business entities of all forms of ownership. The combination of these lines of professional and personal development is not obvious and is not always harmoniously combined. This conflict of different components of self-realization is especially clear when objectifying the driving forces of this process and the criteria for its success. The criterion of success of professional self-realization and demand in the chosen profession can serve as career growth, which in one way or another allows to confirm both the existence of a person's competence and his satisfaction with the result of his professional activity.

Bogatyreva O.O. [271] believes that one of the objective parameters of personal self-realization can serve as a harmonious combination of desirable and achieved goals and values, as well as emotional stability associated with the achievement (or approaching) of vital meanings and positive social experiences in relation to norms, standards of values of the closest environment. Thus, it can be seen that with these assessment parameters, professional self-realization (career growth) and personal self-realization (understanding of the meaning of life and achievement of meaningful values) can have different vector orientation and correlate with each other in the paradigm of socialization - individualization processes. The dynamic correlation of these lines of development has both theoretical and practical justifications. Focusing the problem on the relationship between professional socialization and personal self-realization, we can say that classical theories have raised this problem not only in the direction, but also in the problematic field and categorical grid of research.

In the context of behaviorism, the problem of professional self-realization

was mainly the problem of the most optimal training of employees, their adaptation to working conditions and operations, optimization of their relations with colleagues and management. That is, they looked at different perspectives and aspects of issues related to professional, organizational and industrial socialization. The question of how satisfied the employee is with these relationships, was practically not on the agenda, or studied very specifically, as a matter of how to form a work team so that its participants did not cause irritation and aggression in one another, did not conflict each other. At the same time, mutual understanding between employees, their productive motivation and reduction of the number of conflicts should, in the first place, contribute to the increase of labor productivity. However, the problem of individualization (self-realization) was not linked to either the issues of professional career or professional activity as such, unless one considers creative activity irrespective of its content [271].

Professional and personal identities are in constant dynamic balance, and the space of personal development is constantly changing. When the social and professional frameworks of personal self-realization narrow (realistically or only at the person's own request), different ways of development are possible, each of which (care, refusal of self-actualization, etc.) violates the harmonious equilibrium of different types of identity and, as a result, leads to narrowing the space of personal growth.

Studies of early career problems in young managers show that those who are more likely to be anxious, anxious, and depressed than others are usually victims of the "shock of reality." The fact is that they feel a gap between their ideas about the organization and what it really is. Several factors affect this condition, and it is therefore important for both young professionals and their managers to avoid them [291]:

- initiative initiative - The job of young managers often requires them much less than they are capable of. This is where the feeling of being unable to fully demonstrate our capabilities comes from. This is because the entrepreneur advertised his business very carefully;

- initial job satisfaction. Higher education novice managers often find that they are capable of doing a higher level job than the one they are assigned to. The result is frustration and dissatisfaction;

- initial performance evaluation. Performance appraisal is an important management responsibility. However, many managers are not sufficiently prepared for their implementation, they do not know how to evaluate the work of their subordinates and promote their self-development.

Many executives of both domestic and foreign companies try to recruit staff through recruiting agencies, consulting firms, as well as through internal

professional staffing services. At the same time, a large part of the job seekers, including potential job seekers, are not oriented either in the market or career planning.

After graduation, for each individual, regardless of their level of preparedness and experience, there is a difficult adaptation period associated with the beginning of professional activity in a new workplace. It is possible to agree with the authors [270] that independent fulfillment of the functional duties defined by the job description requires a significant restructuring in the system of professional and research motivation, building new social relations, mastering new ways of positioning yourself as a professional in a professional environment, adaptation to another professional status, most importantly, to a new level of responsibility for taking professional action as opposed to learning.

In Fig. 4.1. external and internal factors that influence the career development of the individual are reflected.

The above factors are closely linked and are crucial in deciding career choices and work motivation. Top management of business entities of all forms of ownership should be able to identify capable employees, justified assessment of their capabilities and create the necessary conditions for the development of relevant professional competences in the future.

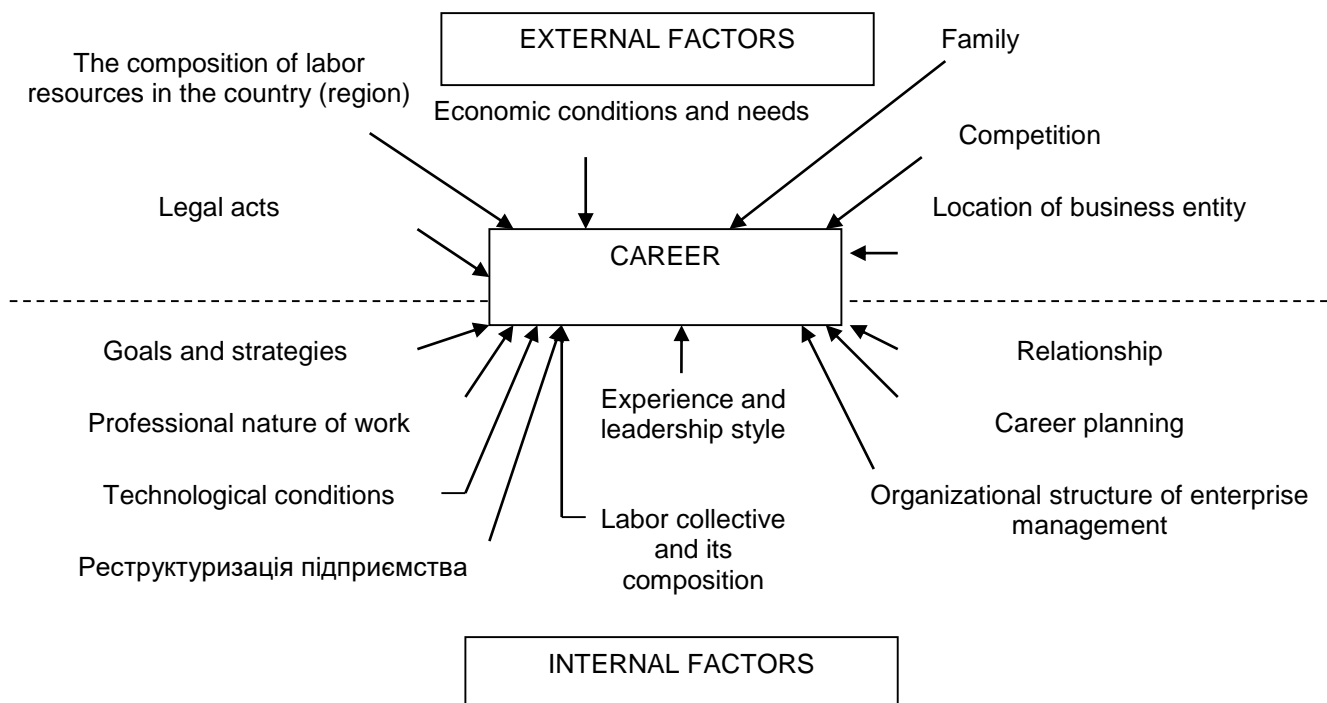


Fig. 4.1. External and internal factors that influence a person's career development [9]

The modern professional environment is quite heterogeneous both in composition and in the relations, attitudes, orientations regarding the pursuit of professional activity [265, 289]. At a minimum, it is represented by five categories of professionals:

- the first category consists of specialists with basic vocational education whose interests are in the field of theoretical, research or teaching activity, their professional motivation is formed by classical university education, which is somewhat distant from the needs of practice orientation in the orientation to the profession;
- the second category is represented by practitioners with basic education, ready for numerous options of professional self-realization;
- the third category is represented by specialists who are aware of the need to correct their professional development, etc .;
- the fourth category is specialists who are characterized by the lack of modern professional mentality;
- the fifth group of specialists is represented by persons whose motivation for pursuing a professional activity is beyond its borders.

Career perceptions [294] are constantly changing, allowing individuals to reflect on their careers, compare their current and past experiences, and realistically evaluate their career prospects. Careers in the present circumstances can be seen as a constant and consistent review of "psychological contracts", which significantly affects the professional position of the individual.

An improved mechanism for the interaction of factors affecting career is reflected in Fig. 4.2.

The career process can be influenced by restraining forces (factors), which negatively affect the process of movement, change of directions, create obstacles and difficulties. According to the source of formation are the following factors: individual; of environmental character [291].

Individual constraints include: personal background, lack of internal resources and ways of mobilization (low level of needs, lack of motives, low level of knowledge and experience, unethical behavior in relations with colleagues).

Environmental factors include: fierce career competition among potential applicants, rigid promotion, bureaucratic barriers, imbalances in the human and enterprise interests.

By nature of origin restraint factors are divided into: physical; psychological; social [325].

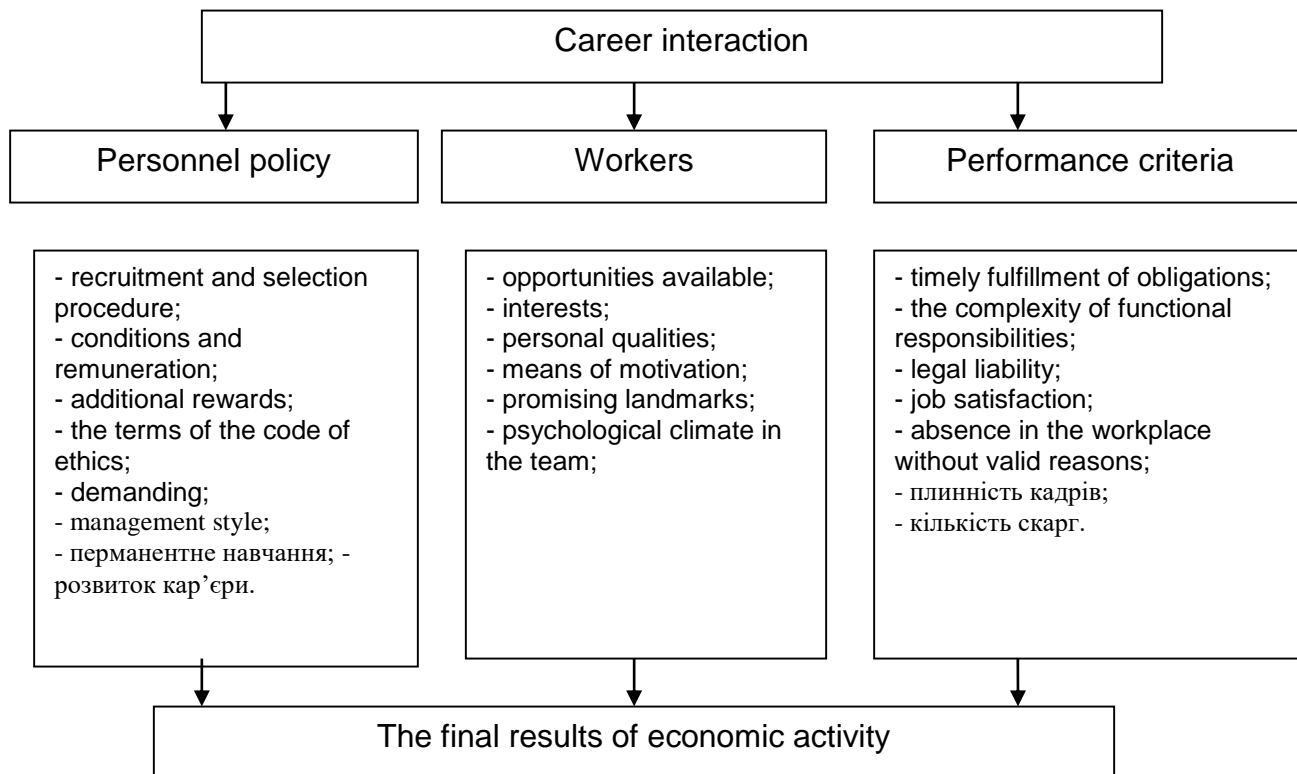


Fig. 4.2. The mechanism of interaction between factors that affect career

Physical include those caused by the condition of the body, such as defects in speech, hearing, appearance, low health due to illness, age "old age".

Psychological factors are associated with destructions in the relations of career subjects to themselves, that is, such a situation as indecision, fears, problems of intelligence, conflict, violations of the will.

Factors of social order include: low prestige of a certain profession and level of remuneration, poor legal protection, increased risk associated with the performance of certain functions.

The main internal problems that hinder the development of the professional career of the staff are shown in fig. 4.3. Considering the results of the above study, it can be concluded that one of the most important problems of professional career development of staff is the lack of professional orientation. This is due, first of all, to a low level of training in educational establishments and, as a consequence, to the absence of a transitional "springboard" from teaching to the fulfillment of direct functional responsibilities.

Also, in order to achieve high results in fulfilling their functional responsibilities, a harmonious combination of professional socialization and self-realization, it is necessary to maximize satisfaction with their own activities, which leads to professional and personal development.

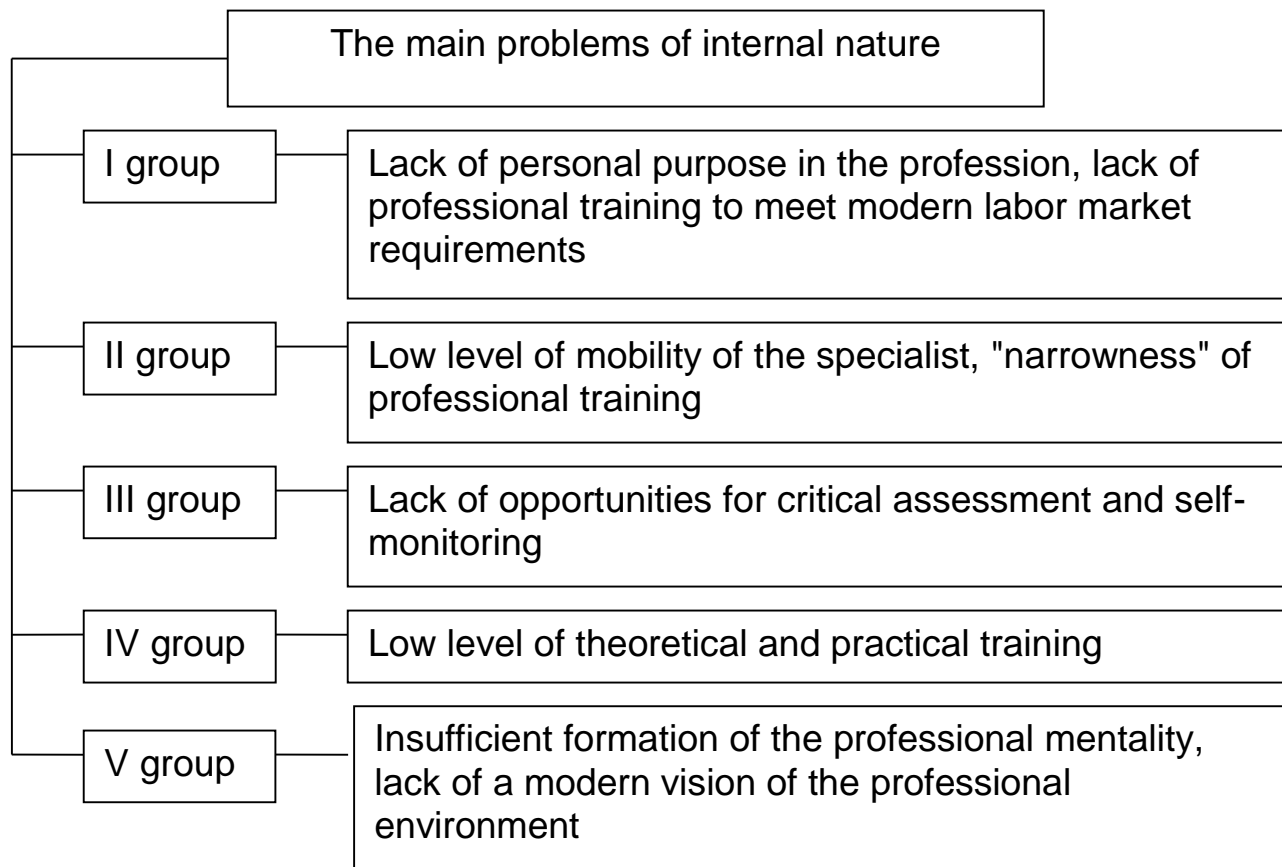


Fig. 4.3. Major internal issues that hinder the development of a professional career for staff [307]

Career orientations are considered by scientists as an important factor in the dynamics of a person's career development, as a component of the general system of value orientations of an individual, which is formed by his experience and determines the attitudes about the career of the individual and his professional activity in general.

One of the hallmarks of a person's professional development, which defines these expectations and needs, is the so-called career orientation. Career orientations arise in the process of socialization of the individual on the basis of training in the initial period of career development. They are quite stable and can remain stable for a long time. These orientations are determined by personal concept, talents, motives, motives and values. They are managed by a person choosing a career. The career orientations of the individual are perceived as the requirements of the individual, which he puts forward to himself as a professional and to his chosen professional activity [280, 281, 315].

Career orientation helps a person to realize himself or herself in a professional way. This becomes possible if the profession is chosen in

accordance with one's own interests and abilities. Otherwise, when one's professional choice is determined by a random factor or situation (proximity to work, fashion for a given profession, opportunity to get acquainted with a place, etc.), it is difficult for one to realize one's professional potential [295, 324].

According to the author's classification [307], there are eight types of career orientations:

- professional competence. This setting is related to the availability of capabilities and talents in a particular field (research, engineering, financial analysis, etc.). Individuals with such an orientation aspire to be masters of their business, for them success in the professional field is especially important, but quickly interest in a job that does not give the opportunity to develop their professional abilities is lost. At the same time, they seek recognition of their talents, which should be expressed in a status that is appropriate to their skill. They are willing to lead others within their competence, but management is not of particular interest to them. Most consider management only as a prerequisite for advancement in their professional field;

- management. The feature is focused on integrating the efforts of other people, full responsibility for the end result and the combination of different functions of the organization. A person with this career orientation will assume that he or she has not reached the goals of his / her career until he / she has a position in which he / she will manage various areas of activity of the organization: finance, marketing, production of production, development, sales;

- autonomy (independence). Personality seeks release of organizational rules, requirements and restrictions. There is a clear need to do everything at your own discretion, to decide when, what, and how much to work on. Such a person does not want to obey the rules of the organization, he is ready to refuse promotion and other opportunities for the sake of preserving his independence. It is prepared to work in an organization that provides a sufficient level of freedom, will not feel loyalty to the organization and will reject any restrictions on its autonomy;

- stability. This career orientation is driven by the need for security and stability so that future life events can be predicted. There are two types of stability: a stable place of work that involves finding a job in an organization that provides a lifetime, has a good reputation, cares for its retirement workers, pays large pensions, and is reliable in its industry. A person with this orientation - often referred to as an "organizational person" - has a full-time responsibility for hiring a career. It will carry out any "geographical movements" if the company so requires; the stability of the place of residence is that the person connects with the geographical region, invests in his home, changes his job only when it is not accompanied by his "breakdowns". Sustainability-oriented people may be

talented and hold senior positions in the organization, but as such, favoring stable work and life, they will refuse to be promoted if they are at risk and temporarily inconvenienced, even in the face of ample opportunities;

- ministry. The main values of such a person are people and work for their benefit. A person with this orientation will not work for an organization that has goals and values that are contrary to their own. She will give up work and promotion if she can realize the main values of life;

- a challenge. The main thing for such a person is competition, victory over others, overcoming obstacles, solving complex problems. Personality seems to be "challenging", the social situation is evaluated from the position of "loser-win". The process of struggle and victory is more important to her than a particular activity or profession. Novelty, diversity and challenge are basic values, but if it is very simple, it is boring;

- integration of lifestyles. The personality is focused on the integration of different aspects of life. She does not want her family or career or self-development to dominate her life, so she tries to balance it all. Such a person appreciates his life as a whole - where he lives, as he improves - than his particular job, career, or organization;

- entrepreneurship. Personality seeks to create something new, wants to overcome obstacles, ready for risk. He does not want to work for others, wants to have his own "brand", his own business, financial wealth. It is not always a creative person, for her the main thing is to create a business, concept or organization, to build it so that it becomes an extension of her own, to put her soul there. It will continue to do so, even when it is initially pursued by failure and will have to take risks [307].

Professional self-actualization of an individual in career development is a long process of purposeful formation of values and motives in the perception of the realities of professional activity of the individual, the attitude towards oneself as a professional. Success here is determined by the activity of the subject of professional activity in the way of his personal development [300].

You can agree with the author [291] that in order to effectively shape the career of employees, it is necessary to use programs and practices to overcome early career problems. Executives who want to retain and develop young talents have several alternatives:

- realistic preliminary work information. One way to avoid unrealistic expectations for newcomers is to provide them with objective information during certain competitive selection procedures;

- initiative appointment. Managers of newly hired professionals can encourage them by assigning them to the most difficult, possibly, areas. However, current realities indicate that most executives choose not to risk and

promote their subordinates slowly, entrusting them with progressively more complicated tasks and only after they have demonstrated their capabilities. This can lead to a loss of interest and may halt the rapid development of a gifted young professional;

- "tasty" appointment as a practice. If the job to which the young manager is assigned does not in itself require a particular initiative, then this appointment should be "sucked in", giving the specialist considerable autonomy, authority, responsibility, giving the opportunity to directly interact with the buyers and clients, allowing himself to implement his ideas;

- a demanding leader. Such leaders support young people's understanding of what is expected from them, on the one hand, for high results, and on the other, which is equally important - the leader's willingness to always help with advice or business is shown;

- mid-career plane. This moment falls into the career-saving phase when advancement is slow enough for two reasons. First, the closer to the top of the organizational pyramid, the fewer seats, and even if the manager can work at a new level, there are no vacancies. Second, vacancies may be available, but the manager either lost the opportunity or the desire to occupy it.

However, these alternatives cannot be used to train young professionals in all areas of economic activity. For example, granting the right to simultaneously give lectures and seminars to a young professional who has just received a master's degree in a particular specialty can lead to a significant deterioration in the quality of educational services provided and a loss of interest for students and students to study the discipline. Also, due to the low level of practical training of the mentioned scientific and pedagogical employee, the mentioned can negatively affect the whole cycle of educational and practical training of specialists in the chosen degrees of higher education and popularization and validity of the statement about the lack of connection between theoretical concepts and business concepts.

The problems of professional development of employees of economic entities of all forms of ownership are related first of all to the insufficient development of their career orientations regarding the awareness of their own capabilities and available potential.

4.2. ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ РЕГЛАМЕНТАЦІЇ МІЖКОРПОРАТИВНОГО СПІВРОБІТНИЦТВА АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Організаційна регламентація міжкорпоративних відносин підприємств агропромислового виробництва представляє собою розробку та

імплементацию нормативно-методичних документів, які частково, або повністю установлюють: вимоги до корпоративного управління агропромисловими підприємствами, що вступають у міжкорпоративні відносини; вимоги до виконання бізнес-процесів корпоративних агропромислових підприємств, що вступають у міжкорпоративні відносини; вимоги до ресурсів, необхідних для реалізації міжкорпоративних відносин корпоративних агропромислових підприємств.

Розглянемо особливості організаційної регламентації міжкорпоративних відносин підприємств АПК, основою яких є ділове співробітництво. Отже, взаємини між корпоративними підприємствами АПК, які регламентовані договірними відносинами, характеризують партнерські зв'язки. Спонукальним мотивом встановлення міжкорпоративних партнерських зв'язків в АПК є реальний порядок дій для практичної реалізації агропромислового бізнес-проекту. Проте існують й інші чинники сприяння налагодженню міжкорпоративних відносин підприємств АПК. Вид партнерських зв'язків завжди пропонує один з бізнесменів-партнерів, а конкретний вид таких зв'язків залежить від специфічних особливостей корпоративного агропромислового підприємства.

Наведемо сутнісно-змістову характеристику організаційної регламентації окремих видів співробітництва корпоративних агропромислових підприємств:

- організаційна регламентація виробничої кооперації – організаційна регламентація здійснення замкнутого виробничого циклу готового до споживання продукту всіма партнерами спільно, причому кожний з них виконує свою частку робіт у рамках єдиного (інтегрованого) агропромислового виробничого процесу;

- організаційна регламентація проектного фінансування форма організаційної регламентації підприємницького співробітництва, за якої:
 - а) один з партнерів зобов'язується фінансувати реалізацію підприємницького агропромислового проекту іншого партнера; б) партнер-розробник пропонує іншому партнерові здійснювати практичну його реалізацію і зобов'язується фінансувати всі необхідні роботи. При цьому в обох випадках одержаний кредит має бути повернутий у товарній формі, тобто за рахунок виготовленої після реалізації агропромислового бізнес-проекту продукції;

- організаційна регламентація управління за контрактом форма регламентації партнерських зв'язків, здійснюваних через передачу одним підприємцем іншому «ноу-хау» управлінського характеру і забезпечення

тим іншим інвестування процесу практичного його використання; за своєю сутністю її можна вважати експортом управлінських послуг в АПК;

- організаційна регламентація підрядного виробництва характеризує форму регламентації через юридично оформлені взаємини між підприємцями в АПК, відповідно до якої один з них здійснює цільове виробництво продукції на пряму вказівку іншого;

- організаційна регламентація спільного підприємництва означає регламентацію через функціонування організаційного утворення (агрохолдингу, іншого суб'єкта господарювання), статутний фонд якого формується за рахунок пайових внесків партнерів-засновників, котрі уособлюють різні форми власності, або один з них є іноземною фізичною чи юридичною особою;

- організаційна регламентація бартерних операцій (бартер) – форма регламентації через реалізацію укладеної угоди в натуральній формі згідно з попередньо узгодженою номенклатурою обмінюваних товарів, а також узгодженими строками взаємних поставок продукції. Масштаби таких партнерських зв'язків мають бути виправданими конкретними економічними умовами: за ринкових умов господарювання надмірні обсяги бартеру не підтримуються і не заохочуються державою в АПК;

- організаційна регламентація зустрічних поставок є різновидом регламентації бартеру, але передбачає дещо інші умови виконання. Партнери визначають, який товар має бути поставлений, а конкретний асортимент визначається згодом і оформляється у вигляді додатку до договору (угоди);

- організаційна регламентація комерційної тріангуляції полягає в тім, що до регламентації бартерних операцій залучається ще й третій партнер (чи більше), якщо цього потребує пошук необхідного продукту (товару);

- організаційна регламентація звичайної угоди – це регламентація загальновизнаної універсальної угоди про купівлю-продаж, за якої партнерські взаємини агропромислових підприємств оформляються у вигляді договору поставки певного товару;

- організаційна регламентація через форвардні угоди є документально оформленими договірними взаємовідносинами, що потребують термінової практичної реалізації;

- організаційна регламентація через угоди про передачу інформації у вигляді «ноу-хау» реалізується обов'язково за певну матеріальну винагороду, умови і розміри якої визначаються цими угодами;

- організаційна регламентація через угоди про встановлення прямих зв'язків – регламентація партнерських зв'язків корпоративних підприємств АПК, що базуються на безпосередній співпраці в конкретній сфері діяльності;

- організаційна регламентація через угоди про експорт – це юридично оформлені договірні відносини, спрямовані на поставку конкурентоспроможної продукції конкретним споживачам в інших країнах. Угоди про реекспорт характеризують виробничо-економічні відносини в АПК, що передбачають купівлю тим чи іншим партнером відповідних видів товарів за кордоном з метою наступної їх поставки (перепродажу) партнерам з третьої країни;

- організаційна регламентація через угоди про імпорт товарів – форма регламентації партнерських зв'язків в АПК для організації завезення потрібних товарів з іншої країни;

- організаційна регламентація через факторинг відображає регламентацію фінансово-економічних взаємовідносин між корпоративними підприємствами АПК і так званими фактор-фірмами (найчастіше банками), які за певну винагороду беруть на себе організацію одержання дебіторської заборгованості корпоративним підприємствам АПК з боку інших фірм, або просто купують у них документи (рахунки-фактури), що дають право вимагати в боржників уплати боргу;

- організаційна регламентація через комерційний трансферт застосовується в системі міжбанківських зв'язків і міждержавних відносин. Вона передбачає взаємне придбання партнерами капіталу в національній валюті у визначених розмірах за договірною ціною з наступним її зарахуванням на рахунок покупця в національному банку країни-продавця.

Отже, у ринковій системі господарювання організаційна регламентація міжкорпоративного співробітництва в АПК (партнерські зв'язки) здійснюється за кількома основними напрямками. Тільки така комплексна реалізація організаційної регламентації партнерських зв'язків може забезпечити належний розвиток та ефективність міжкорпоративних відносин підприємств АПК в Україні. Провідні форми міжкорпоративних відносин підприємств АПК мають основою ділове співробітництво. Партнерство передбачає певні права та обов'язки, пов'язані із володінням певним агропромисловим підприємством або зі співпрацею у певних роботах (компаньйонство), тобто воно може реалізуватися як співпраця на договірних засадах об'єднаних спільною метою кількох контрагентів в АПК. Формами такої співпраці агропромислових підприємств можуть бути контрактні

відносини, надання фінансових і комерційних послуг на стійкій основі, оренда, у т. ч. франчайзинг, участь у капіталі, підприємницькі мережі тощо.

Зарубіжні вчені [32] зазначають, що розвиток подібних форм часто є відповіддю на брак капіталу або примхливе оподаткування й може бути розкритикований з багатьох поглядів [135]; але вони дають змогу швидко утворювати малі підрозділи та об'єднувати їх у більші системи з різними мірами централізації та децентралізації. Це спроба з'єднати в єдиний блок велико- та маломасштабні агропромислові підприємства, де має місце прояв взаємодії між монополією господарювання і монополією привласнення різних носіїв.

Контрактні міжфірмові відносини. Налаштований на міжфірмові контрактні відносини агропромисловий виробник шукає потенційного покупця продукції, укладає з ним відповідні договори, після чого виготовляє товар. Права та обов'язки потенційного покупця і продавця обумовлюються в контракті (лат. Contractus – угода) – юридично обов'язковій угоді між сторонами, в якій визначаються певні економічні дії (поставки, придбання товарів, виконання робіт тощо), а також відповідальність за їх виконання.

Теорія контрактів [21] передбачає інструменти усунення ризиків [36], умови укладання та узгодження стосунків між учасниками співробітництва в АПК щодо виміру трансакційних витрат, а також механізми поділу влади та власності. Теорія контрактів є складовою частиною нової інституціональної економічної теорії, яка формулює логіку організації бізнес-процесів як проблему укладання контракту між учасниками міжкорпоративних відносин підприємств АПК відповідно до розподілу трансакційних витрат. Контракти можна розподіляти на групи залежно від багатьох критеріїв. Один з них – точність та однозначність обговорення умов та фіксування. За цим критерієм виділяють три базові види контракту:

- експліцитні (явні) договірні стосунки, в яких всі умови точно та недвозначно оговорені. Цей вид контрактів прийнято вважати класичним, оскільки в них умови оговорені настільки точно та прозоро, що третя сторона завжди може підтвердити про виконання чи невиконання взаємних зобов'язань і при необхідності може завжди бути оскарженими в суді [161];

- імпліцитні (неявні) договірні стосунки охоплюють ті умови контракту, які не можуть бути оговорені однозначно, але виконуються контрагентами. Це, наприклад, зобов'язання працівника працювати старанно з одного боку, а з іншого – зобов'язання підприємства

виплачувати премії та надавати додаткові послуги працівникові. Оскільки немає об'єктивної можливості виміряти старанність працівника, ці умови не можуть бути занесені в контракт та оскаржені в суді, але і працівник, і підприємство розуміють та виконують їх. Умови імпліцитного контракту часто не можуть бути оговорені до того, як почнеться його реалізація. Це трапляється за умов складного та непередбачуваного оточуючого середовища, в якому неможливо передбачити всі можливі дії та їх наслідки [193];

- контракти змішаного типу. Гібридний контракт передбачає укладання договірних стосунків, оговорених як експліцитно, так і імпліцитно за умов участі в прибутках, а також з урахуванням впливу різних характеристик контракту на задоволеність досягнутими сумісними результатами та участі в прибутках.

Стійкі відносини щодо надання фінансових і комерційних послуг. Надійно гарантовані відносини з партнерами дають змогу підприємству чіткіше бачити і планувати свою перспективу, системно досягати очікуваних результатів. Найпоширенішими такими послугами є кредитна (лат. *Creditum* – позика) лінія – форма кредиту, за якої банк надає клієнтові змогу позичати фінансові засоби в межах установленого ліміту протягом встановленого терміну (часу дії кредитної лінії); овердрафт (англ. *Overdrafft* – надплановий) – особлива форма надання короткотермінового кредиту клієнтові банку, якщо величина платежу перевищує залишок коштів на рахунку клієнта.

Оренда, франчайзинг. Певні вигоди для агропромислового підприємства передбачає оренда (лат. *Arrendare* – здавати в найм, наймати) – надання майна на певний строк у певне користування. Однією із стратегічно вигідних форм її є франчайзинг (англ. *Franchising* – угода про передання права на використання торгової марки) – форма поєднання переваг крупного і малого бізнесів, за якої материнська компанія (франчайзер) зобов'язується забезпечувати мале підприємство (франчайзі) своїми засобами індивідуалізації (фірмовий, товарний знаки), а також товарами, технологіями бізнесу, рекламою, інформацією та ін.

Участь у капіталі. Ця форма ділового партнерства в АПК передбачає володіння однією фірмою частиною капіталу іншої фірми, що є одним з найефективніших способів координації ділових відносин. Найрозвиненішими формами участі у капіталі є такі.

Холдинг (англ. *Holding*, від *hold* – тримати затримувати) – система економічних відносин, за якої компанія володіє контрольними пакетами акцій інших компаній з метою управління і контролю їх діяльності. Агропромислові підприємства, що входять у холдинг, мають юридичну і

господарську самостійність з питань, які не належать до функцій холдингу. Інтеграція корпоративних агропромислових підприємств у складі холдингу здійснюється на вертикальній і горизонтальній основах. За вертикальної інтеграції головна компанія об'єднує в межах холдингу фірми-постачальники і фірми-клієнти, внаслідок чого вони одержують гарантію постійних і стабільних поставок сировини, капіталу, робочої сили, регулюють витрати на придбання потрібних економічних ресурсів. За горизонтальної інтеграції відбувається об'єднання корпоративних агропромислових підприємств, не зв'язаних системою відносин «постачальник – споживач». Особливо поширена вона у фінансовій сфері, де в межах холдингу можуть бути об'єднані банки, страхові, ріелторські (операції з нерухомістю), інвестиційні, промислові та інші підприємства.

Картель – це договірна форма об'єднання підприємств АПК, учасники якої укладають угоду про регулювання обсягів виробництва продукції, надання послуг або виконання робіт, про поділ ринків збуту та джерел сировини, наймання робочої сили, установа рівня заробітної плати та соціальних гарантій для працюючих, про умови продажу та строки платежів тощо.

Трест – форма об'єднання корпоративних агропромислових підприємств АПК, за якої всі агропромислові підприємства, що об'єднуються, втрачають свою комерційну та виробничу самостійність, підпорядковуються єдиному органу управління. Ця форма об'єднання історично виникла в США у другій половині XIX ст. І набула значного поширення. Юридично утворення тресту означає передання контролю над раніше незалежними агропромисловими підприємствами у формі контрольного пакета акцій або особливого довірчого сертифіката іншому суб'єкту господарської діяльності – засновнику тресту або групі засновників – так званій довірчій раді. При цьому може досягатися величезна концентрація капіталу, яка дає змогу проводити в межах об'єднаних у трест підприємств єдину економічну та технічну політику.

Синдикат – це об'єднання корпоративних агропромислових підприємств, у якому розподіл замовлень на закупівлю сировини та реалізацію виготовленої продукції здійснюється через єдину мережу постачання та збуту. Тобто, у синдикаті централізується уся комерційна діяльність учасників, включаючи визначення цін, обсягів поставок тощо. При цьому юридична та виробнича самостійність агропромислових підприємств, що входять до синдикату, зберігається, а комерційна – втрачається. У нашій країні синдикати існували в роки НЕПу. Це були об'єднання промислових трестів з метою централізації оптового збуту продукції, закупівлі сировини та планування торговельних операцій. У

30-ті роки синдикати були ліквідовані, а на їх основі створені агропромислові та виробничі об'єднання.

Консорціум – об'єднання агропромислових підприємств різних організаційно-правових форм на основі тимчасової угоди щодо спільної діяльності з метою здійснення єдиного проекту або проведення великих фінансових операцій. Це одна з форм об'єднання виробничого та банківського капіталів. Консорціуми виникли у фінансово-кредитній сфері як договірні банківські об'єднання (національні й міжнародні). У країнах з розвинутою економікою консорціуми створюються як міжнародні об'єднання суб'єктів господарської діяльності для реалізації великих проектів, розв'язання складних науково-технічних завдань. Учасниками консорціумів можуть бути як приватні, так і державні агропромислові підприємства. За умов високих темпів розвитку НТП консорціуми можуть створюватися не лише для об'єднання капіталів, а й для проведення спільних наукових досліджень. При утворенні консорціумів його учасники повністю зберігають свою самостійність. Але в тій частині спільної діяльності, яка стосується реалізації цілей консорціуму, вони підпорядковані спільно створеному органу управління. Консорціум є ефективним засобом вирішення великих народногосподарських завдань. Після виконання поставленого завдання консорціуми припиняють свою діяльність або перетворюються в інший вид договірної об'єднання. За межами консорціуму його учасники залишаються конкурентами.

Концерн – найбільш поширена форма об'єднань, учасники якої (в тому числі агропромислові підприємства) мають обмежену самостійність, єдину власність, єдину систему управління та контролю. Концерн як самостійний суб'єкт господарювання має спеціальний апарат управління (дирекцію), якому підпорядковані всі підприємства, що входять до концерну. Інколи замість дирекції як керівний орган створюється спеціальне товариство – так звана холдинг-компанія, учасники якої володіють контрольним пакетом акцій різних підприємств – членів концерну. У світовій практиці спочатку в концерни об'єднувались переважно підприємства однієї галузі промисловості, що дістало назву горизонтального комбінування (інтеграції). З середини ХХ ст. утворення концернів стало відбуватися за принципом диверсифікації виробництва, коли один концерн став об'єднувати підприємства різних галузей економіки, наприклад АПК, промисловості, транспорту, банківські й страхові компанії тощо. Сучасним концернам притаманний інтернаціональний характер діяльності. Прагнучи підвищити конкурентоспроможність своїх товарів, концерни відкривають свої довірчі

компанії в інших країнах, здійснюють їх інвестування, створюючи у такий спосіб підприємства з іноземними інвестиціями та іноземні підприємства. Діяльність таких концернів має досить високий рівень спеціалізації та кооперування виробництва, коли деталі одного виробу виготовляються на багатьох підприємствах, які часто перебувають у різних країнах.

Корпорація – об'єднання агропромислових підприємств, яке створюється з метою захисту їхніх конкретних інтересів. З позиції управлінської практики корпорація розглядається в двох аспектах. По-перше, як союз партнерів, створений для захисту конкретних привілеїв їх учасників, наприклад корпорація студентів, адвокатів. По-друге, під корпорацією розуміють акціонерні компанії. Перші корпорації виникли в США в середині XIX ст. у будівництві залізниць, а на початку XX ст. вони стали головною формою організації великого промислового виробництва. У корпорацію, як правило, входять промислові підприємства, будівельні та транспортні організації, агропромислові підприємства, виробничо-технічні об'єднання, проектно-конструкторські організації, науково-дослідні інститути, різні асоціації, концерни та інші суб'єкти господарювання. Корпорація – це відкрита організація, вступ до якої та вихід з неї здійснюються на добровільній основі за рішенням органів управління та її власників. Корпорація не є універсальною формою організації агропромислового виробництва. Найбільшою мірою вона пристосована до великого виробництва. Низка недоліків, зокрема труднощі в регулюванні правової діяльності, статутні обмеження, подвійне оподаткування, коли податки сплачує акціонер і агропромислова корпорація, значні витрати на управління, складність із поверненням вкладеного капіталу, роблять їх непридатними для малого бізнесу в АПК.

Важливої ролі в агропромисловому виробництві в останні роки набули фінансово-промислові групи (ФПГ). З метою забезпечення виробничих, фінансових та інших інтересів багатьох агропромислових підприємств створюються фінансово-промислові групи – об'єднання агропромислових, виробничих, торгових підприємств із кредитно-банківськими установами з наступною трансформацією їх у багатогалузеві господарські системи зі спільною економічною стратегією. Базою для формування ФПГ найчастіше є історичні зв'язки між підприємствами-постачальниками і споживачами продукції.

Створення їх відбувається у формах кредитних відносин (спеціальні умови кредитування); володіння акціями і системи участі; особистої унії (функціонування мережі директоратів поєднує особисті і корпоративні інтереси, координує дії); розрахункових операцій і ведення поточних

рахунків через банки великих компаній. Участь у ФПГ відкриває простір агропромисловим підприємствам для нагромадження капіталу, утримання та оздоровлення збиткових підприємств, оптимізації ціноутворення. За даними ООН, близько сорока найбільших фінансово-промислових об'єднань контролюють половину агропромислового виробництва і зовнішньоторговельних операцій світу. Інноваційною тенденцією в агропромисловому виробництві є створення підприємницьких мереж.

Для зниження ефекту невизначеності зовнішнього середовища агропромислові підприємства можуть використовувати, крім контрактів, таку форму взаємодії, як підприємницькі мережі – система економічних відносин взаємозацікавлених агропромислових підприємств на основі довіри і гнучких форм співробітництва. Перевагами мереж є оперативне поширення і створення нової актуальної інформації, прискорення впровадження нововведень, розподіл ризику між учасниками мереж. Цікавим в контексті нашого дослідження є і тимчасові об'єднання агропромислових підприємств. Створюють їх для реалізації спільного підприємницького проекту, об'єднання і використання порівняльних переваг агропромислових підприємств, що вступають у співробітництво. Тимчасові об'єднання відрізняються від підприємницьких мереж більшою конкретністю і визначеністю цілей спільної діяльності, яка набуває стратегічного характеру. Економічний ефект від спільних дій пов'язаний не просто з економією на витратах, а з таким об'єднанням їх витрат, яке обумовлює інноваційні результати: створення технологічних новинок на рівні стандартів; вихід на нові ринки; запровадження сучасних методів і форм організації праці тощо [18].

З розглянутих нами традиційних форм ділового співробітництва в АПК, клієнт-орієнтованими вважаємо, контрактні відносини, надання фінансових і комерційних послуг на стійкій основі, оренда, у т. ч. франчайзинг, підприємницькі мережі, а також:

- створені на тимчасовій основі спільні агропромислові підприємства – юридично та організаційно оформлені об'єднання, які мають власний капітал, виробничі потужності апарату управління персоналом;

- стратегічні альянси (об'єднання) – угода про співробітництво між агропромисловими підприємствами, яке є значно тіснішим від звичайних торговельних операцій, але не пов'язано зі злиттям. Учасники альянсу здійснюють обмін технологіями, спільні дослідження, використання виробничих потужностей, просування на ринок продукції один одного, об'єднують зусилля у виробництві. Стратегічні альянси утворюються для

зменшення конкурентного ризику та розвитку відносин довіри між потенційними конкурентами;

- віртуальні корпорації – група функціонуючих спільно протягом відповідного часу корпоративних агропромислових підприємств, котрі об'єднали свої зусилля з метою ефективного використання сприятливої ситуації. Компанії розпадаються, коли необхідність в альянсі відпадає. У віртуальній корпорації агропромислові підприємства можуть «колективізувати» свої витрати, кваліфіковані кадри, доступ на світовий ринок. Причому кожен партнер віддає краще, що у нього є. Особливості такого об'єднання: гнучкість, довіра, без кордонів, використання електронних технологій тощо. Це організація бізнесу за допомогою комп'ютерних мереж, коли обіг, обмін і торгівля здійснюється в електронній формі, а відносини між партнерами будуються на довірі без укладання періодичних угод, наявності офіційного офісу, особистих зустрічей учасників.

Формування ефективних міжкорпоративних відносин в АПК, в основі яких перебуває ділове співробітництво, є наслідком довгострокової та цілеспрямованої роботи. Цей процес можна вважати своєрідною, відносно самостійною стратегією, що розкриває культуру корпоративного управління агропромисловими підприємствами. Про її значущість, складність і різновекторність свідчить досвід провідних корпорацій, компаній, фірм. Успішне здійснення цієї стратегії можливе за умов:

- ставлення до співробітництва як до особистої справи, адже партнерські відносини формують люди, а не компанії;
- готовність менеджерів до ідеї співробітництва в додатковий час;
- взаємоповаги і довіри партнерів;
- здобуття вигід від співробітництва з обома партнерами, а тому кожен з них має бути готовим чимось пожертвувати;
- досконалого відпрацювання у довірній основі усіх аспектів співробітництва;
- врахування під час співробітництва змін на ринку і у внутрішніх середовищах партнерів;
- обов'язковості однакових очікувань від співробітництва партнерів (якщо один задоволений, а інший – ні, партнерству загрожує фіаско);
- дружніх відносин партнерів;
- обов'язковості поваги до інших культур (ментальних, духовних, корпоративних та ін.);
- обов'язковості врахування інтересів партнерства;
- якщо співробітництво на початку має тактичну мету, але з часом може набути стратегічного значення;

- спільного відзначення досягнутого успіху у співпраці.

Внесення цих умов до стратегії розвитку міжкорпоративних відносин підприємств АПК є інтерпретацією правил партнерських відносин, які сформулював президент японського відділення компанії McKinsey & Co. Та жоден набір правил не може передбачити всіх особливостей клієнт-орієнтованого ділового співробітництва підприємств АПК на внутрішньому і зовнішньому ринках. Тільки всебічне усвідомлення власних ділових інтересів та інтересів партнерів, чітке формулювання умов співробітництва, ділова самоповага і повага до партнера, врахування всіх культурних і особистісних особливостей взаємодії, обопільна гнучкість і здатність до маневру, діловий такт і дотримання вимог ділової етики здатні забезпечити пошук продуктивних рішень, організацію ефективних дій на всіх етапах і у всіх ситуаціях співробітництва.

4.3. ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ РІЗНИХ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРАВОВИХ ФОРМ ТА ДОСЛІДЖЕННЯ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ

Сучасна структура сільськогосподарського виробництва, співвідношення різних організаційно-правових форм господарювання склалися під впливом тих політичних, соціальних, економічних процесів, які відбувалися в умовах становлення незалежної держави. Зі зміною соціально-економічної ситуації виникла потреба у вдосконаленні виробничої структури сільського господарства, стимулюванні розвитку сільськогосподарського підприємництва як основного чинника підтримання продовольчої безпеки країни [64].

Реформування аграрного сектору економіки дозволило створити сприятливі умови для встановлення і розвитку різних форм господарювання як за формою власності, так і за організаційно - правовою основою. Цей процес став можливий завдяки прийнятті низки законів, зокрема, «Про власність», «Про селянське (фермерське) господарство», «Про господарські товариства».

Значний внесок у дослідження теоретичних основ та практичних питань проблем ефективності функціонування аграрних підприємств різних організаційно-правових форм внесли такі вчені: Білоусова С.В., Борисова В.О, Бутенко Є.В., Валентинов В.Л., Древітц О. Ю, Залізко В.Д., Пілявський В.І., Клокар О.О., Саркісов А., Топіха В.І., Харитоненко Р.А., Цюцик О. В. Проте, актуальними залишаються питання дослідження особливостей інтеграційних процесів у агропромисловій сфері.

Метою дослідження є аналіз функціонування аграрних підприємств різних організаційно-правових форм та дослідження особливостей процесу трансформації агропромислових формувань.

Організаційно-правова форма аграрного виробництва – це економічно відокремлений і юридично визнаний вид організації виробничої діяльності, що характеризується змістом використання певної форми власності та відповідними економічними взаємовідносинами, способами здійснення виробництва та його структурою [165, с.177].

Виходячи з різноманітності умов власності й організації виробництва, в південному регіоні виділилось три категорії господарств ринкового спрямування [217, с.49]:

Перша – сільськогосподарські структури, які побудовано на основі реформування колгоспів і радгоспів, де поєднується приватна власність на землю та майно з колективними формами організації праці. Стосовно власності ці підприємства поділяються на різні форми господарювання: колективні, акціонерні, приватні, товариства з обмеженою відповідальністю.

Друга категорія – фермерські господарства, яким відводиться роль перспективної форми господарювання, а вільна його конкуренція з усупільненими господарськими формуваннями забезпечуватиме економічні передумови та простір для зростання аграрного виробництва.

Третя категорія господарств – господарства населення. Ці господарства відіграють велику роль у самозабезпеченні населення південної зони України продуктами харчування і є стабілізуючим фактором соціального захисту громадян, особливо на час, коли на селі не сформується більш ефективна виробнича і обслуговуюча інфраструктура/

Фактори ефективності функціонування підприємств АПК доцільно розподілити на зовнішні та внутрішні.

Борисова В.О. серед зовнішніх факторів пропонує виділити природні, які є досить численними. Серед них можна виділити для місцевості, в якій здійснює свою діяльність підприємство АПК: кількість опадів; температурні коливання, характерні для певної місцевості; тривалість вегетаційного періоду; склад ґрунту та його структура; ландшафт території; температура повітря та ґрунту; вітрова та водна ерозії, тощо. При аналізі даних факторів важливо зважати на те, що одне і те ж природне явище, один і той же природний фактор позначається на ефективності виробництва різних сільськогосподарських культур і в різних регіонах країни по-різному. Саме тому внутрішні фактори деякою мірою визначають можливості ефективного використання можливостей

природних: подекуди первинне значення має кількість опадів, в інших регіонах — температура повітря, заморозки, склад ґрунту, тощо, і керівництво підприємства, формуючи пріоритети продуктивних груп, терміни висадки рослин та ін. можуть за певних умов зменшити негативний та посилити позитивний вплив природних факторів.

Наступною групою зовнішніх факторів, що впливає на ефективність функціонування підприємств АПК є фактори впливу держави. Передусім це нормативно-правові акти держави, що приймаються органами влади для усіх галузей економіки: трудове законодавство, що визначає умови прийому, звільнення і трудової діяльності працівників, режими праці і відпочинку, тривалість відпусток, тощо; цивільний кодекс, що передбачає умови створення, функціонування і ліквідації підприємств і організацій; кримінальне, арбітражне, податкове законодавство; земельний кадастр, що передбачає умови оцінки і використання земельних угідь, права і обов'язки власників, користувачів і орендарів земельних угідь, тощо.

Серед факторів впливу держави, що стосуються безпосередньо АПК, варто виділити [17, с. 74]:

- умови пільгового оподаткування та кредитування;
- умови надання бюджетної підтримки підприємствам АПК;
- умови захисту інтересів вітчизняних агровиробників при експорті агропродукції;
- умови відшкодування з бюджетних коштів збитків від стихійних лих і інших надзвичайних ситуацій;
- умови створення, функціонування і відміни карантинних і інших санітарних, ветеринарних і інших подібних служб і заходів.

Окрему підгрупу внутрішніх факторів формують економічні стосунки підприємства із зовнішніми партнерами по АПК (наприклад, переробними і обслуговуючими підприємствами і організаціями), а також стосунки, що виникають в процесі кооперації і інтеграції у рамках різноманітних типів агропромислових формувань [28].

Топіха В.І., Білоусова С.В. [217,с.50] зазначають, що досить цікавим з наукової і практичної точок зору є досвід функціонування агроформувань різних організаційно-правових форм господарювання в Херсонському регіоні. За останні кілька років в аграрній сфері Херсонщини створено нові господарські структури на приватній основі – сільськогосподарські акціонерні товариства, товариства з обмеженою відповідальністю, сільськогосподарські кооперативи, фермерські господарства, приватно-орендні підприємства. Дослідження розвитку та сучасного стану організаційно-правових форм господарювання в Херсонській області показало, що в процесі адаптації

сільськогосподарських підприємств до змінюваного економічного середовища форми агроформувань перебувають у постійному динамічному розвитку.

Кооператив – це організація, яку добровільно створили власники, взаємно зацікавлені у спільному веденні господарської або іншої діяльності на базі власного майна і функціонує на засадах самостійності, самоуправління та самофінансування, а також матеріальної зацікавленості членів кооперативу і найбільш повного поєднання їх інтересів з інтересами колективу і суспільства. Кооператив функціонує на правах юридичної особи, демократично управляється його членами. Членами кооперативу може бути будь-хто: індивідуальні підприємці, фермери, підприємства, товариства та інші. Вони утворюють кооператив, який не має статутного фонду. Об'єднання здійснюють на добровільних засадах і мотивом для цього є економічні проблеми, які вони можуть вирішувати лише при спільній роботі. Кооперативи поділяють на типи і види [244].

Приватні (приватно-орендні) підприємства засновані на власності фізичної особи, належать до найпростішої форми організації підприємницької діяльності – одноосібного володіння. Вони є рівноправними суб'єктами господарської діяльності, самостійно беруть участь у майновому обігу перед іншими видами підприємств. Інколи приватне (приватно-орендне) підприємство розглядають як підприємство з орендними відносинами. Тоді власник землі і майна бере в оренду землю і майно інших членів колективних господарств, що реформувалися, з обов'язковим укладанням договору [105].

Фермерські господарства працюють на засадах самокупності та самофінансування. Вони зобов'язані ефективно використовувати землю, захищати її від вітрової і водної ерозії, не порушувати права інших землевласників та землекористувачів. Господарствам надано право залучати і наймати на роботу інших громадян за договором.

Оліховська М.В. [165] звертає увагу на те, що класичні фермерські господарства, маючи більші можливості в регулюванні своєї виробничої діяльності, зокрема й у використанні власної праці, порівняно з капіталістичними господарствами, мають і ширші можливості в розподілі отриманої виручки. Саме цим пояснюється той факт, що їм вигідніше виробляти трудомістку продукцію, яка забезпечує найбільшу виручку та валовий дохід. Важливу роль при цьому відіграють такі чинники, як вища інтенсивність виробництва і праці у фермерських господарствах, повніше використання фонду робочого часу, а також ширші можливості в розподілі одержаних виручки і валового доходу на споживання та

нагромадження. Але основною проблемою становлення фермерських господарств є недостатній рівень їхнього матеріально-технічного забезпечення. Головною причиною його незадовільного стану є відсутність власного капіталу та умов доступу до кредитів, а також неадекватне співвідношення між цінами на технічні засоби та сільськогосподарську продукцію.

Однією із ефективних форм господарювання є сільськогосподарське кооперування, яке виконує досить важливу економічну функцію, об'єднуючи товаровиробників в напрямі підвищення ефективності використання належного їм ресурсного потенціалу [26,с.22].

Розвиток кооперації на селі в Україні протягом тривалого періоду гальмувався через недосконале законодавство. Згодом був прийнятий Закон України № 469/97-ВР в редакції від 19 січня 2013 року «Про сільськогосподарську кооперацію», який суттєво поліпшив умови для діяльності таких кооперативів, у першу чергу як неприбуткових організацій.

Клокар О.О. [93] акцентує увагу на тому, що на сьогодні є ряд невирішених проблем, які заважають ефективному розвитку сільськогосподарської кооперації. Відсутність стратегічних і пріоритетних напрямів розвитку сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів та зацікавленості аграріїв у кооперації в цілому. Забезпечення популяризації сільськогосподарських кооперативів можливо лише за умови розробки та реалізації відповідних державних цільових програм, які повинні базуватися на стимулюванні обслуговуючих кооперацій в селах при виробництві товарів і надання послуг.

Узагальнення досвіду формування і функціонування інтегрованих структур в АПК показує, що по складу учасників, формах власності і господарювання, глибині їх організаційних і економічних відносин між собою та інтеграторами (інвестором) у процесі виробничої діяльності, а також ступеню господарської і юридичної самостійності суб'єктів, рівню усупільнення власності вони характеризуються в Україні великим різноманіттям. Такі інтегровані і кооперативні об'єднання в сфері переробки і реалізації продукції, сервісного обслуговування у формі асоціацій, спілок, споживчих кооперативів та ін. функціонують як:

1) об'єднання вузькоспеціалізовані по переробці і реалізації конкретного виду продукції (молоко, м'ясо, цукрові буряки, овочі та ін.) створюються за ініціативою зацікавленої особи (органу влади) як правило, на базі підприємства по переробці на договірних засадах. Засновниками виступають сільськогосподарські і переробні підприємства. Правові форми створюваних об'єднань різні, але в основному у формі

асоціацій, спілок, товариств з обмеженою відповідальністю.

2) сільськогосподарські товаровиробники з врахуванням своїх інтересів і потреб створюють різні споживчі кооперативи по переробці, зберіганню і реалізації продукції, різних видів сервісного обслуговування.

Правовою формою об'єднання є споживчий кооператив.

Агропромислові формування у сфері виробництва, переробки, зберігання і реалізації продукції у формі агрофірм, агрокомбінатів, агрохолдингів, аграрних фінансово-промислових груп передбачають [182]:

1) агрокомбінати і агрофірми. Це як правило створюється єдиний колектив. Засновники втрачають право юридичних осіб. Основна задача таких інтегрованих формувань – забезпечити тісну технологічну взаємопов'язаність процесу виробництва, переробки, зберігання і реалізації;

2) аграрні фінансово-промислові групи (АФПГ). Засновники: підприємства АПК, які створюють центральну компанію АФПГ для здійснення управління узгодженим ефективним виробництвом. Засновники АФПГ забезпечують приватне фінансування своєї діяльності. Участь у розподілі прибутків здійснюється з врахуванням внеску кожного засновника. Засновники зберігають право самостійної юридичної особи;

3) інтегровані формування холдингового типу. Для таких об'єднань характерна наявність інвестора, що має необхідні фінансові ресурси. Він здійснює фінансування сільськогосподарського виробництва і при цьому визначає політику функціонування агрохолдингу. Правові форми такого агрохолдингу досить різноманітні: відкрите акціонерне товариство, закрите акціонерне товариство, товариство з обмеженою відповідальністю, асоціації та інше.

Починаючи з 2005 року, формально завершується реструктуризація колективних сільськогосподарських підприємств та вихід на завершальний етап приватизації сільськогосподарської землі. Виникає нове явище, коли несільськогосподарські суб'єкти господарювання почали активно брати участь у сільськогосподарському виробництві, здійснюють значні інвестиції в аграрну сферу економіки, володіючи активами та контролюючи земельні масиви. Ініціатива в розвитку аграрної реформи переходить від держави до агробізнесу проявом чого стало виникнення агрохолдингів [1].

Слід відмітити, що в Указі Президента України “Про холдингові компанії” вперше було дано визначення поняття “холдинг”: господарюючий суб'єкт, який володіє контрольними пакетами акцій інших господарюючих суб'єктів. Важливо підкреслити, що в цьому документі

містилися порядок та особливості створення холдингових компаній, і головне – встановлювались обмеження на їх діяльність (зокрема, створення холдингових компаній у процесах корпоратизації та приватизації не допускається у торгівлі товарами народного споживання, продукцією виробничо-технічного призначення, у виробництві та переробці сільськогосподарської продукції).

Залізко В.Д. звергає увагу на те, що цей Указ було скасовано лише у 2007 р. у зв'язку з прийняттям у 2006 р. Закону України “Про холдингові компанії в Україні” , в якому норма щодо обмежень діяльності холдингових компаній з виробництва та переробки сільськогосподарської продукції не передбачалася, тобто з 1994 по 2007 р. утворення та функціонування агрохолдингів було незаконним. Оскільки саме після 2003 р. в Україні активно відбувалися процеси агрохолдингізації сільськогосподарської діяльності.

Агрохолдинги – один із різновидів холдингових компаній – системи комерційних організацій, які включають «керуючу компанію», що володіє контрольними пакетами акцій або паями дочірніх компаній. Також це група підприємств з площею понад 10 тис. га сільськогосподарських угідь, але переважно більша їх кількість має земельний фонд 50 – 100 тис. га. В Україні однією з основних економічних передумов появи холдингових компаній стали процеси акціонування й приватизації великих державних підприємств й об'єднань.

Дослідження економічних аспектів діяльності агрохолдингів розкривають такі притаманні їм характеристики [74]:

- значна інвестиційна привабливість більшості агрохолдингів (майже всі компанії є активними гравцями на провідних фондових біржах світу);

- висока привабливість агрохолдингів у плані їх кредитування комерційними банками порівняно із сільськогосподарськими товаровиробниками інших організаційно-правових форм господарювання завдяки наявності ліквідного заставного майна;

- можливість для дочірніх компаній отримувати від материнської компанії пільгове кредитування;

- замкнений цикл виробництва та переробки сільськогосподарської продукції у більшості агрохолдингів, що дозволяє одержувати додану вартість, яка створюється у продуктовому ланцюжку;

- доступність для агрохолдингів зарубіжних ринків збуту сільськогосподарської продукції;

- монополізація ними всієї інфраструктури аграрного ринку.

Перші агрохолдингові компанії почали з'являтися ще на початку

2000-х років. Однак, компанії і бізнес групи, котрі вливали свій капітал в агробізнес, швидко «покидали» його через нефундаментальність мотиву одержання активів аграрних підприємств для погашення боргів. Основним мотивом вливання коштів була надія дешево купити й дорожче продати, очікування швидкого прибутку будь-якою ціною. Однак криза 2008 року внесла певні корективи у плани інвесторів, внаслідок чого було вирішено перечекати і продати компанії у період економічного зростання. Разом із тим фінансова криза сприяла перегрупованню стратегічних інвесторів, що спрямовували свої інтереси в агропродовольчий сектор, який перебував на той момент у більш вигідному становищі, ніж інші сектори економіки. Цьому сприяло загострення світової продовольчої кризи та зростання світових цін на продовольство, а також невикористаний потенціал українського сільського господарства закріпив його привабливість для «великого капіталу» [1].

Інтегровані структури вертикального типу – це формування, учасники яких співпрацюють на різних технологічних стадіях продовольчого ланцюжка у виробництві тих самих, а також суміжних видів продукції. Розрізняють вертикальну координацію і вертикальну інтеграцію.

Пілявський В.І. [182] стверджує, що вибір між ними є досить суттєвим для суб'єктів підприємництва. Кожний вид названих економічних відносин має свої переваги та недоліки. Щодо недоліків вертикальної координації, заснованої на виробничих контрактах, вони пов'язані із зростанням вартості трансакційних витрат. Вертикальна інтеграція, в свою чергу, також має певні недоліки. По-перше, в інтегрованій структурі відбувається збільшення витрат на управління внаслідок збільшення масштабу фірми та ускладнення процесу управління. По-друге, інтеграційний процес (злиття та поглинання підприємств), пов'язаний із збільшенням явних та неявних витрат на здійснення такого роду угод.

Незважаючи на проголошення державою правової гарантії підприємствам різних форм власності щодо створення для них однакових умов господарювання, уряд завжди орієнтувався на підтримку розвитку великого бізнесу в сільському господарстві. Така політика пояснюється тим, що приватні багатоземельні корпоративні структури зможуть забезпечити продовольчу безпеку на відміну сімейних фермерських господарств. Це веде до витіснення традиційних форм ведення сільськогосподарського виробництва – аграрних підприємств і фермерських господарств [109]. Аналізуючи виробничий напрямок агрохолдингів, слід відзначити, що здебільшого їх діяльність

спрямовувалася на виробництво зернових та олійних культур, а також на виробництво сировини для власної переробної промисловості (цукрові буряки, молоко, м'ясо ВРХ, свиней, птиці).

До негативних наслідків діяльності агрохолдингів можна віднести [74]:

- гіперкапіталізацію земельних банків агрохолдингів, яка може призвести до того, що сільські жителі втратять контроль над більшістю родючих земель сільськогосподарського призначення;

- зростання рівня безробіття серед сільських жителів у зв'язку з витісненням трудомістких видів сільськогосподарської продукції;

- переходом на моновиробництво і використання вузькопрофільної сільськогосподарської техніки;

- зuboжіння сільського населення, розвиток міграційних процесів та вимирання сільських територій;

- ущільнення ґрунтів та руйнацію транспортної інфраструктури сільських територій через використання високотонажної техніки, що призводить до окислення земель сільськогосподарського призначення;

- недотримання екологізберігаючих агротехнологій і вимог щодо відновлення лісосмуг, що спричиняє вітрову ерозію ґрунтів, погіршує структуру орних земель та знижує біологічний і економічний потенціали сільських територій, адже якісна земля – їх основний ресурс;

- відмову більшості агрохолдингів від розвитку тваринницької галузі, що призводить до вимушеної заміни органічних добрив на мінеральні, внаслідок чого в ґрунт потрапляє ряд небезпечних речовин, які забруднюють водні ресурси сільських територій;

- використання отрутохімікатів та пестицидів, що впливає на екологію сільських територій;

- недотримання сівозмін, раціональної структури посівів та заходів щодо меліорації земель, що спричиняє виснаження земельних ділянок, які згодом, як показує практика латиноамериканського “латифундизму”, не зможуть використовуватися за прямим призначенням, і загрожує продовольчій безпеці країни;

- неконтрольоване використання ГМО у виробництві сільськогосподарської продукції, яке викликає тривогу і вимагає додаткових досліджень у сфері їх виявлення та можливого впливу на навколишнє середовище і людину;

- монополізацію сільськогосподарської галузі, яка дозволяє кільком корпоративним власникам диктувати ціни на основні продукти харчування, що також загрожує продовольчій безпеці країни.

Бутенко Є.В. та Харитоненко Р.А. зазначають, що дещо

різноплановий підхід виробився в агрохолдингових компаніях до розвитку сільських територій, на яких вони ведуть свій бізнес. Вони добре піклуються про об'єкт свого господарювання – сільськогосподарські угіддя, застосовуючи для їх обробітку найсучасніші технології, а для великої кількості сільських жителів пропонують реальні місця працевлаштування. Частина з них розвивають сільську інфраструктуру. Однак, з іншого боку агрохолдинги – це бізнесові проекти, основною метою яких є примноження капіталу їхніх засновників. Підтримка і розвиток сільської інфраструктури за визначенням не є їх функцією, а цим повинні займатись місцеві громади, які роками не фінансуються. Засновники агрохолдингів проживають зовсім в іншому місці і ні вони, ні члени їх сімей не користуються сільською інфраструктурою. Тому більша частина великих корпорацій взагалі не приділяє уваги соціальній інфраструктурі сіл та відновленню родючості сільськогосподарських угідь, а діють на засадах максимізації прибутку.

Лопатинський Ю.М., Мельник О.І [166] наголошують на тому, що у ході подальшого розвитку аграрного сектора будуть відбуватися організаційні та структурні зміни — розукрупнення одних і поглинання та злиття інших господарств. Водночас у визначенні ефективної організаційно-економічної структури сільськогосподарських підприємств важливу роль відіграватимуть типи господарств за соціально-економічною природою при домінуючій ролі приватної власності. У будь-якому випадку, в умовах ринкової економіки усі форми господарювання мають право на життя, вибір яких зумовлюється вільним і свідомим вибором сільськогосподарських суб'єктів господарювання. Перспективність їхнього господарювання визначає аграрний ринок та зміст державної політики у сфері сільського господарства.

Проведений аналіз особливостей функціонування аграрних підприємств різних організаційно-правових форм дозволяє стверджувати, що в сучасних умовах досягнення стійких темпів зростання аграрного сектору може бути досягнуто шляхом збільшення частки переробних галузей, підвищення ролі високотехнологічних сфер діяльності, становлення нових інфраструктурних галузей та істотного ослаблення залежності від експорту сировини, що, в свою чергу, можливе тільки за умови тісної співпраці з місцевими органами влади, розробки правових засад впровадження економічних механізмів соціальної відповідальності агрохолдингів за розвиток сільських територій та державної підтримки соціально орієнтованих організаційно-правових форм господарювання на основі кооперування.

4.4. ТЕОРЕТИКО-КОНЦЕПТУАЛЬНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ СУЧАСНИМИ АГРАРНИМИ ВИРОБНИЧИМИ СТРУКТУРАМИ

Сільськогосподарські підприємства нових видів і типів потребують нових підходів до вирішення проблем, які заважають впровадженню нових, ефективних методів управління. Нові якості агроформувань залежать від існуючої сукупності відношень власності і форм підприємницької діяльності, коопераційних та інтеграційних зв'язків, рівнів концентрації і спеціалізації виробництва, появи нових за масштабами, формами і зв'язками ринків товарів, послуг і ресурсів, а також від ефективності управління ними.

Характерною рисою економічного розвитку нині є те, що сільське господарство дедалі тісніше пов'язується з різними галузями промисловості та сферою реалізації продукції. Роль його зростає в процесі інтеграції, посилення взаємозв'язків галузей і підприємств, появи нових видів економічних зв'язків, зміни їхнього змісту. Аграрна виробнича структура далі (АВС) відповідно до свого територіального, галузевого і організаційного спрямування має погоджувати галузеві і регіональні інтереси промисловості та сільського господарства. Сьогодні неможливо уявити рух продукції будь-якої галузі АПК без послідовної сукупності дій, пов'язаних з її виробництвом та просуванням через горизонтально і вертикально інтегровані системи, що забезпечують безперервність цих процесів.

В економічну природу сучасного сільськогосподарського підприємства вносить істотні зміни трансформація економічної системи держави. Передусім ці зміни впливають на саму економічну дійсність, а саме на цілі, форми і методи організації. Відбувається якісна зміна аграрного ринку, впроваджуються інноваційні технології, маркетингова політика, кон'юнктурне співвідношення цін, відбувається посилення виробничо-ринкової ієрархії і взаємозамінюваності великого і дрібного сільськогосподарського виробництва, виникає необхідність стратегічного підходу в управлінні, набуває розвитку кооперація та інтеграція.

Безперечно, ми живемо в епоху інформаційного буму. Величезна кількість інформації про навколишній світ спонукає до розробки нових технічних засобів та технологій її накопичення, обробки та розповсюдження. В світі поширюються інформаційні технології, в основу яких покладено децентралізовану обробку даних на автоматизованих робочих місцях, обмін інформацією за допомогою телекомунікацій, накопичення і зберігання великих обсягів інформації в базах даних і знань з можливістю оперативного доступу до них завдяки хмарним технологіям, застосування високопродуктивних технічних засобів збору, редагування,

копіювання та розповсюдження інформації. Ці технології забезпечують нові можливості підвищення продуктивності управлінської праці. Вони набули поширення в інформаційних системах малих і великих підприємницьких структур, державних органів, міжнародних організацій і забезпечили їх інтеграцію в глобальний процес інформаційного оновлення. Розвинуті країни Заходу, які широко застосовують нові інформаційні технології, змушують решту країн світу просуватись по шляху прискореної інформатизації. Інформаційна структура стала складовим і необхідним елементом кожної галузі виробничої діяльності людини.

Розвиток сільськогосподарського підприємства відбувається через диверсифікацію сільськогосподарського виробництва, яка є результатом інтеграції у кінці виробничого циклу (вгору – на виході), тобто досягнення ефекту синергії за рахунок реалізації переваг початкової спеціалізації, а не результатом ділення чинників на початку виробничого циклу (вниз – на вході) з втратою початкової спеціалізації різних форм господарювання (рис. 4.4).

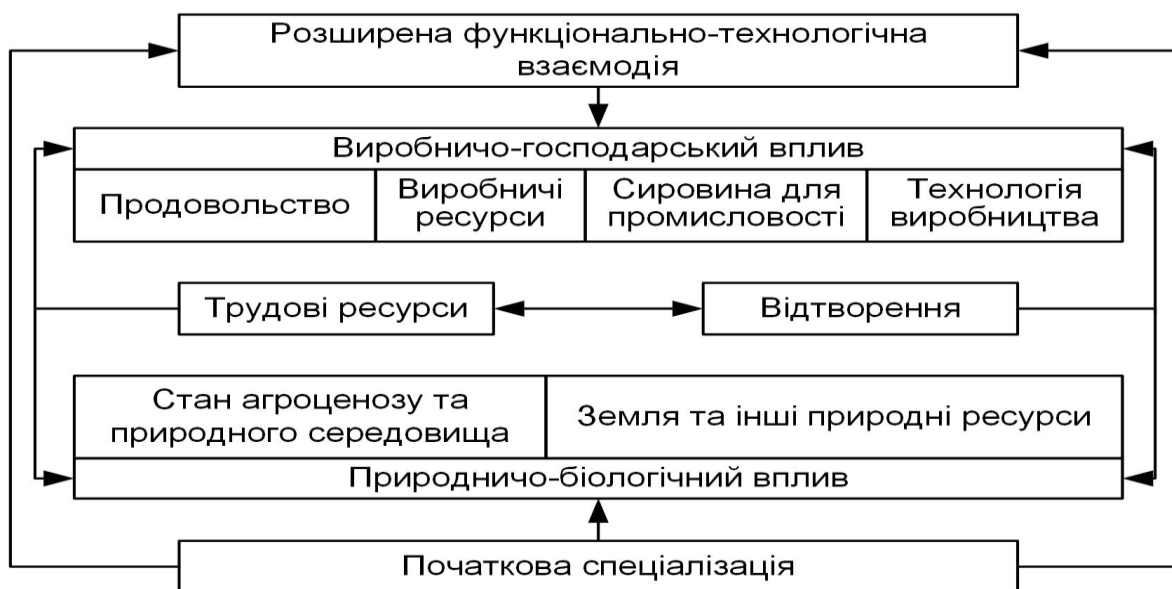


Рис. 4.4. Схема перетворення рівнів структурно-організаційного розвитку сільськогосподарського підприємства

Природа АВС в теперішніх умовах полягає в реалізації головної тенденції розвитку сільськогосподарського виробництва, а саме в збільшенні масштабів технологічних процесів, концентрації і розподілі праці, впровадженні новітніх технологій і зростанні продуктивності праці, що визначає масштаб і спеціалізацію окремих виробничих систем. Це, з одного боку, відкриває можливості впровадження нових технологічних

процесів і машин, що сприяє розширенню меж капіталу, а з іншого – технологічні можливості зумовлюють обмеження розподілу виробничих систем і зростання функціональної взаємодії, що дозволяє зробити висновки про якісно нове перетворення функціональних сфер аграрного виробництва в сучасних умовах, що визначає його як організаційно-виробничу структуру, яка розвивається на принципах динамічної стійкості, на основі диверсифікації, комбінування та взаємодоповнення виробництв різних форм господарювання.

Становлення нових якостей сільгосппідприємств визначає їх як виробничі системи, особливості яких обумовленні різноманіттям відносин власності і підприємництва, формуванням коопераційних та інтеграційних зв'язків, новими параметрами концентрації і спеціалізації, виробництва та капіталу, створенням ринків ресурсів, товарів та послуг. В центрі складних структурних відносин аграрного виробництва в сучасній економічній системі держави знаходиться підприємство, як виробнича одиниця, а ринок, як інституціональний фактор пов'язує виробників та споживачів, залишаючись головною умовою інтегральності цільової функції сільськогосподарського виробництва.

Формування, розвиток і управління виробничо-господарськими одиницями, які входять до складу АВС необхідно розглядати з двох точок зору. В першому випадку, з огляду на специфіку первинної ланки, як аграрне підприємство, а в другому, враховуючи характер взаємозв'язків підприємств між собою та іншими секторами економіки, як такі що залежать від існуючих виробничих відносин. Отже, рівень управління інтегрує цілі і завдання груп аграрних виробничих структур, які представлені різними організаційно-правовими формами, та пов'язані технологічною і функціональною спеціалізацією та кооперацією. Теоретичне підґрунтя специфічності аграрного підприємства багатьма авторами розглядається через функціональні зв'язки між факторами виробничого процесу і результатами господарської діяльності [42, 156, 157].

Реалії сучасного життя роблять неможливим існування натурального сільського господарства, оскільки виробникам потрібні і засоби виробництва і предмети споживання, що стає можливим за умови продажу частини виробленої продукції. Але ставити в залежність від рівня товарності рівень ефективності підприємства було б невірно, оскільки все залежить від особливостей виробництва і збуту тієї чи іншої продукції, конкретної ситуації на ринку і економічного стану виробника.

На всіх рівнях аграрної економіки, як результат інтеграційних процесів, утворюються групи підприємств, що мають спільні цілі, є структурно і технологічно незалежними. Їх можна представити, як складні

соціально-економічні системи, внутрішні і зовнішні зв'язки яких постійно змінюються. Змінюються також умови функціонування традиційних структур управління, їх елементи та субординація. Прискорений розвиток технологій, ускладнення і різноманітність пропонованих товарів і послуг, скорочення їхнього життєвого циклу, поява великої кількості конкурентоспроможних організацій, підвищення вимог покупців, збільшення обсягів та швидкості отримання інформації та нових знань – всі ці та інші зміни, що відбуваються у зовнішньому середовищі, змушують підприємства шукати нові підходи для їх управління. Невизначеність, непередбачуваність і нестабільність зовнішнього середовища, глибина і швидкість змін, що відбуваються, швидше за все, будуть зростати й далі. Отже, управління такими системами необхідно адаптувати не тільки до існуючих умов, а й забезпечувати таку здатність на тривалий період. Необхідність удосконалення управління АВС вимагає врахування специфіки роботи сільськогосподарського підприємства, характеру зв'язків між ними та іншими галузями. Специфічність первинних ланок сільськогосподарського виробництва зумовлюється особливостями ґрунтово-кліматичних умов, необхідністю поєднання процесів виробництва і відтворення біоресурсів. А це, в свою чергу, спричинює використання принципово нових технологій управління виробництвом, форм організації праці та ін.

Управління АПК, як втілення ідеї міжгалузевого системного підходу, базується на загальних економічних законах і має багато спільного з управлінням будь-якими економічними системами. В першу чергу, це стосується загальних функцій менеджменту: аналізу, планування і прогнозування, організації, регулювання та координації, мотивації, контролю. Реалізація кожної з них, як окремо, так і в системній сукупності, має супроводжуватись відповідною інформаційною та розрахунково-аналітичною підтримкою. Важливим моментом також є їх прогностичний супровід, який дозволяє уникнути багатьох помилок, обумовлених ринковими та іншими небезпеками, і який допомагає розробляти своєчасні апіорні, а не апостеріорні управлінські рішення.

Розглянемо поняття “суб’єкт” і “об’єкт” управління в агросфері з позиції цілей і завдань нашого дослідження. Те, на що спрямована управлінська діяльність є об’єктом управління. Він має просторові та часові параметри. Об’єктами виду управління, яке розглядається є різноманітні, притаманні сільськогосподарському виробництву, організаційно-правові форми та поведінка і діяльність людей у них. До об’єктів управління у сільському господарстві також відносять колективи людей, які підлягають організації для їх подальшого функціонування і досягнення заздалегідь обумовленого результату.

Об'єктом управління є будь-яка АВС. Отримання готової продукції здійснюється за допомогою виробництва, до складу якого входять такі технологічні операції як вирощування рослин і тварин, збирання врожаю, отримання молока, яєць та іншої продукції. Для практичного виконання названих груп виробничо-технологічних операцій необхідно мати спеціальні структурні елементи: декілька виробничих процесів, машини і агрегати, виробничі підрозділи, значну кількість виконавців сільськогосподарських робіт та ін. Між вказаними елементами виробництва існують складні взаємозв'язки, обумовлені використанням на різних полях одних і тих самих машин, наявністю відповідних погодно-кліматичних умов для всіх виробничих процесів даного господарства або району та ін.

Сільськогосподарське виробництво має структуру з певною централізацією управління і необхідним ступенем його децентралізації для врахування конкретних умов виконання робіт і використання творчості та ініціативи їх виконавців. Також необхідно пам'ятати про об'єктивні закони біології і фізіології, які визначають природний хід розвитку рослин і тварин. В процесі виробництва продукції неминуче з'являються різні чинники впливу, які необхідно враховувати при плануванні та здійсненні виробничого процесу. Вочевидь сільськогосподарське виробництво, як об'єкт управління є складною системою, яка складається з організованої сукупності структурних елементів, певним чином взаємопов'язаних між собою та які знаходяться під впливом збурюючих чинників і виконують задані функції з використанням природних, виробничих, трудових ресурсів з метою отримання сільськогосподарської продукції і прибутку. Для ефективного управління сільськогосподарським виробництвом потрібно володіти великим обсягом різноманітної оперативної та об'єктивної інформації про структуру посівних площ, стан сільськогосподарських угідь, рослин та ґрунтів, а також очікувану врожайність. Крім того, внаслідок зміни клімату планетарного масштабу виникла необхідність перегляду існуючого агрокліматичного районування сільськогосподарських територій та постало питання корегування технологічних карт вирощування сільгоспкультур.

Регулятор та система зв'язку утворюють систему управління (СУ). Основними елементами організаційно-технічних СУ є особа, що приймає рішення – індивідуум, або група індивідуумів, які мають право приймати остаточні рішення з вибору однієї з декількох керуючих дій. До системи зв'язку входять канал прямого зв'язку, по якому передається вхідна інформація – множина $\{x\}$, яка містить командну інформацію $\{u\} \subseteq \{x\}$, та канал зворотного зв'язку, по якому передається інформація про стан об'єкту управління ОУ – множина вихідної інформації $\{y\}$. Множина змінних $\{n\}$ і $\{\omega\}$ означає, відповідно, дії з боку навколишнього середовища

(перешкоди) і показники, які характеризують якість та ефективність функціонування підсистеми Т. Показники якості та ефективності є підмножиною інформації про стан об'єкта управління $\{\omega\} \leq \{y\}$.

Керованість системи Т (рис. 4.5.) означає її здатність змінювати свої вихідні параметри Е (кінцевий результат функціонування) під впливом управлінських дій ПЗ за наявності вхідних С і збурюючих Д впливів та зворотних зв'язків ЗЗ. Ступінь керованості залежить від складових елементів об'єкта управління і кількості чинників, які вдається ідентифікувати і врахувати в процесі управління.

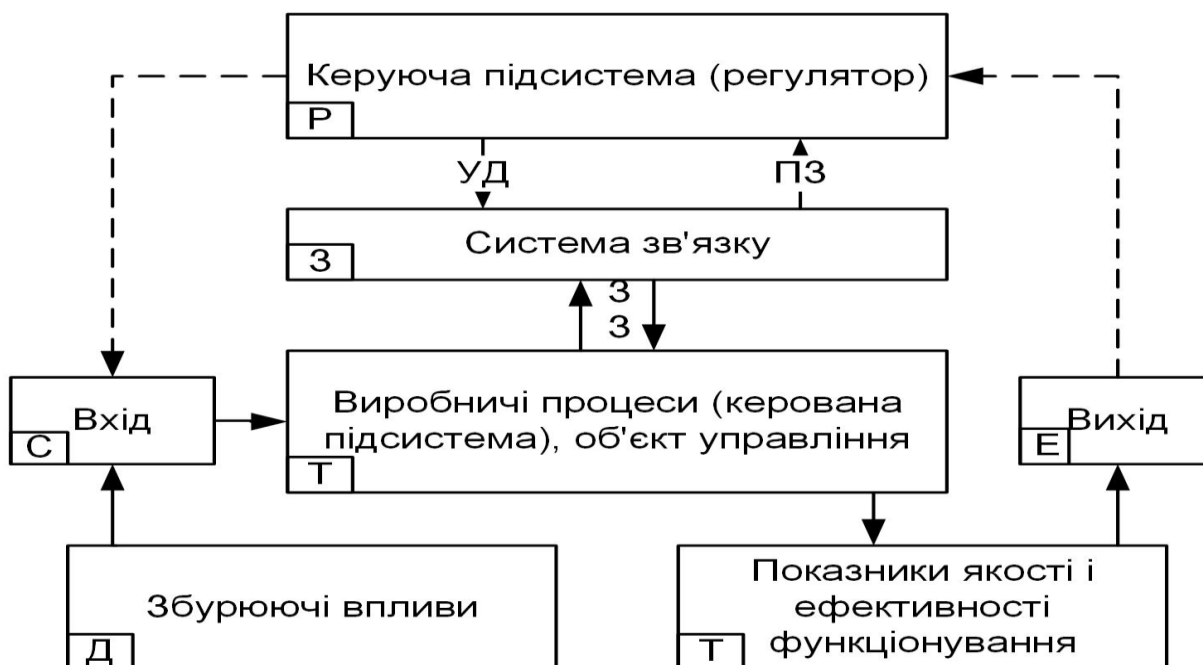


Рис. 4.5. Взаємодія керованої та керуючої підсистеми аграрного підприємства

Ступінь керованості залежить від складових елементів об'єкта управління і кількості чинників, які вдається ідентифікувати і врахувати в процесі управління. Системи з високим ступенем керованості потребують відносно невеликих обсягів розрахунково-обчислювальних робіт і сильного зворотного зв'язку ЗЗ для того, щоб параметри кінцевого результату не виходили за межі припустимих значень. Навпаки, в системах з низьким значенням ступеня керованості більшість чинників враховується за допомогою розрахунків і зворотний зв'язок ЗЗ має бути слабким, оскільки реакція об'єкта управління на дії регулятора Р виявляється теж слабкою.

На керованість, розвиток і функціонування АВС впливає велика

кількість чинників. Більшість з них неможливо врахувати чи передбачити, але саме вони визначають ризиковий і стохастичний характер аграрного виробництва. Склад чинників, які необхідно враховувати, є функцією змісту і складності управлінських задач, інструментальних можливостей відстеження динаміки показників, що їх вимірюють та ступеня її впливу на систему.

Визначення, конкретизація і вимірювання впливу чинників, що діють на систему, не вирішує головної задачі – пошуку варіантів дій, які необхідно здійснити. Таким чином, в межах вирішення окремої проблеми можна виділити наступні задачі: виявлення чинників, їх ідентифікація розробка відповідного управлінського рішення та забезпечення його реалізації, що є функцією управління. При виявленні і врахуванні чинників необхідно дотримуватися наступних правил: інформацією вважаються не всі повідомлення, а тільки ті, що зменшують невизначеність в отримувача; дані перетворюються в інформацію, якщо менеджер усвідомив їх значення; намагання сформулювати максимально повний перелік чинників і детально їх врахувати і проаналізувати своїм наслідком має значні витрати ресурсів, неадекватні більшості ситуацій, що виникають в процесі управління; детальний аналіз одних чинників неминуче відволікає увагу від дослідження інших, які можуть виявитися більш важливими; спрощення аналізу і зменшення кількості чинників і параметрів, що відслідковуються своїм наслідком має неадекватність розроблених управлінських рішень: невідповідність комплексу дій ситуації, що виникла; завжди необхідно визначати оптимальний за кількістю чинників варіант їх вибору, оптимальність при цьому не є константою в часі і постійно змінюється, що вимагає регулярної актуалізації переліку чинників, за якими ведуться спостереження; існування інформації визначається її використанням, тому бази даних і бази знань мають постійно використовуватися, як засіб відображення подій і процесів, засіб зв'язку і комунікацій в управлінні.

Підбір врахування чинників, що впливають на систему відноситься до неповністю формалізованих і повністю неформалізованих задач. При цьому важлива роль відводиться інтелектуальній складовій управління, поєднанню таких суб'єктивних понять як передчуття, інтуїція, досвід, використання яких нерозривно пов'язано з людським фактором в управлінні. Приклади деяких управлінських рішень можна вважати рівними шедеврам мистецтва і досягненням фундаментальних наук. Але системи управління має бути постійно орієнтована на максимальну об'єктивність, отримання нових знань, прийнятих і оцінених як корисні для вирішення актуальних задач, що спонукають її менеджерів до прийняття рішень.

Комплекс чинників, які враховуються сучасними менеджерами має

охоплювати усі аспекти проблеми, що розглядається. До його обговорення доцільно залучати спеціалістів різних напрямків, які можуть виступати експертами – персонал АВС, особу, що приймає рішення, дорадників, фахівців з інших підприємств. Цей варіант прийняття рішень цілком слушно можна назвати колективним. Вимога дотримання принципу системності пояснює необхідність класифікації переліку чинників, які необхідно враховувати у процесі функціонування системи.

У межах досліджуваних проблем є доцільним використання наступних класифікацій чинників: якими управляють і ті, якими не управляють, прямі та опосередковані, безперервні, сезонні, багаторазової і одноразової дії, за періодичністю обліку, детерміновані і випадкові, по територіальній ознаці, очевидні і приховані. Системний підхід, при використанні в управлінні, допомагає знизити рівень суб'єктивності, що неминуче супроводжує управлінський процес, в якому головну роль відіграє все ж таки людина. Найбільш складними у більшості випадків є латентні чинники і реакції, що виникають у відповідь на їх дії чи вплив. Вплив і дію кожного чинника, як окремо, так і в сукупності, можна оцінити тільки за допомогою відповідного набору показників. Складність цієї процедури обумовлена вищевикладеними характеристиками об'єкту досліджень і причинами, до яких можна додати вимогу адекватності набору цілям і умовам АВС, особливостями і багатоваріантністю способів його формування, складністю багаторівневих взаємозалежностей між чинниками зовнішнього і внутрішнього середовищ, які постійно змінюються у часі, недостатньою інтелектуальною і машино-програмною підтримкою, ресурсними обмеженнями та ін. Як було зазначено вище усі чинники середовища, що оточує систему методологічно доцільно розділити на три групи, відповідно до виділених трьох рівнів – макрозовнісне, мікрозовнісне та внутрішнє середовище АВС. Такий розподіл відповідає трьом напрямкам аналізу процесу управління в АВС.

Перший рівень – це показники, які мають відображати варіацію чинників, що впливають на загальні умови діяльності і розвитку системи. До них відносять:

- політико-правові – політичний устрій і його ставлення до бізнесу. Законодавче регулювання підприємницької та іншої економічної діяльності, ступінь і рівень корумпованості державних органів влади, прийняті норми лобіювання, види та вплив громадських організацій в системі прийняття державних та політичних рішень, розвиток правового захисту населення й бізнесу, наявність зовнішньополітичних союзів і програм, що забезпечують стійке та стабільне формування ринкових відносин;

- загальноекономічні – фази економічного циклу, рівень інфляції та

безробіття, загальний рівень і розподіл багатства, доходів і заощаджень у суспільстві. Система оподаткування та її адекватність споживчому кошику. Фінансово-кредитний стан у країні. Загальногосподарська кон'юнктура та інфляція. Структура доходів і витрат населення, його купівельна спроможність, тривалість робочого дня і структура вільного часу. Зміни в структурі споживання громадян. Еластичність споживання;

- науково-технічні – рівень розвитку науки і техніки, темпи науково-технічного прогресу, можливості фундаментальних наук, ступінь використання наукового потенціалу, зв'язок науки з виробництвом, основні напрями наукових досліджень, структура науково-дослідних центрів, фінансування НДВКР. Показники економічної та технічної безпеки існуючих та перспективних технологій. Кваліфікація робочої сили, її освітній рівень. Розвиненість приватизації та інноваційних процесів суб'єктів маркетингової системи;

- соціально-демографічні – загальна чисельність населення, його віковий, статевий, етнічний склад та його відтворювальні характеристики. Щільність розселення по території країни, співвідношення сільського та міського населення, міграція. Народжуваність і смертність, тривалість життя, вікова структура, стійкість сімейних союзів, релігія;

- етнокультурні – форми культур. Наявність єдиних традиційних культурних цінностей і норм поведінки. Особливості культурних і моральних цінностей. Мова та сленги. Невербальні способи комунікації. Рівень освіти. Етнічна й релігійна структура населення, стійкість звичаїв та обрядів. Динаміка культури поведінки. Розвиток ринкового менталітету населення;

- природно-географічні – розподіл території країни на економіко-географічні райони, кліматичні умови, забезпеченість найважливішими видами корисних копалин, енергією, якість ґрунтів, повітря, води.

- екологічні – ступінь забруднення навколишнього природного середовища. Рівень здоров'я населення. Екологічні показники, їх нормативи та рівень їх дотримання. Розвиток системи державного контролю охорони навколишнього середовища і регулювання інтенсивності використання природних запасів палива, енергії та сировини.

Так само на всіх рівнях, від обласного до державного необхідно відстежувати усі зміни в законодавчій сфері, що відносяться до аграрного виробництва. Соціальна складова відноситься до основних характеристик макрозовнішнього середовища. Вона відображає рівень життя населення, рівень його освіти, рівень безробіття, демографічну структуру суспільства, його концентрацію. Соціальні чинники формують стиль життя, роботи, споживання і спричиняють значну дію практично на всі АВС. Нові тенденції створюють тип споживача і, відповідно, викликають потребу в інших

товарах і послугах, визначаючи нові стратегії. Основні соціальні чинники, з якими організації стикаються найчастіше – народжуваність, смертність, коефіцієнти інтенсивності імміграції і еміграції, коефіцієнт середньої тривалості життя, дохід, стиль життя, освітні стандарти, купівельні звички, відношення до праці, відношення до відпочинку, відношення до якості товарів і послуг, економія енергії, відношення до уряду, проблеми міжетнічних відносин, соціальна відповідальність, соціальний добробут. Без врахування цих показників, тенденцій їх розвитку неможливо забезпечити ефективне управління системою.

Економічна складова макрозовнішнього середовища характеризується показниками, що визначають рівень і особливості ринкових відносин: рівень суспільного економічного розвитку, бюджет держави, доступність ресурсів, рівень доходів населення та безробіття, податкова політика, інфляція, відсоткові ставки, продуктивність праці, величина заробітної плати. Ці показники повинні забезпечувати формування та розподіл ресурсів в системі. Окрім перерахованих, є й інші економічні чинники: структура споживання і її динаміка; економічні умови в іноземних державах; показники торгового балансу; грошово-кредитна і фінансова політика; тенденції на ринку цінних паперів; рівень продуктивності праці в галузі і темпи її зростання; ставки податків тощо.

До мікроекономічних чинників відносяться:

1. Чинники ринкової групи: параметри кон'юнктури ринків збуту продукції – інформація про ціни на сільськогосподарську продукцію і продукти її переробки; діяльність конкурентів, ємність ринків, уподобання і купівельна спроможність існуючих і потенційних споживачів; ціни, попит і пропозиція на ринках інформації, технологій, техніки, обладнання, знарядь, запчастин та ін.; ціни, попит і пропозиція на ринках енергоресурсів, добрив, засобів захисту рослин та ін. Для агрофірми-виробника важливою є інформація щодо динаміки кон'юнктури і стабільного розвитку ринків; потенційні інвестори і форми, в яких вони здійснюють співробітництво. Це можуть бути фінансові або інвестиційні пропозиції щодо використання сучасних агротехнологій, насіння і техніки; потенційні партнери або фірми й організації, з якими можуть бути укладені договори про співробітництво, утворюватися нові об'єкти, філії, здійснюватися спільна діяльність на ринку праці та в реалізації продукції; інші структури макроекономічного середовища, фінансові установи, рекламні агентства та ін.; наявність інженерно-комунікаційних мереж; загальний рівень кваліфікації кадрів у зоні дії підприємства та ефективність їхнього використання; наявність регіональних систем збирання, обробки і передачі інформації.

2. Чинники природно-кліматичної групи: ґрунти та здатність

вирощування на них конкурентоспроможної продукцію; інтенсивність фотосинтетичної активної радіації у регіоні та її характеристики у річному циклі; термічний режим впродовж року та його імовірнісні характеристики; хвороби і шкідники сільськогосподарських культур, можливі збитки від ушкоджень різного походження; екологічна ситуація, наявність ресурсів для зрошення і можливості їхнього використання; характеристики сільськогосподарських культур і можливий вплив на них факторів навколишнього середовища.

Третя група – чинники, які формують внутрішнє середовище АВС і впливають на його стан.

Внутрішнє середовище організації знаходиться під впливом змінних, що спричиняють безпосередній вплив на процеси, які протікають в організації.

При цьому можна використовувати розподіл чинників на об'єктивні і суб'єктивні. До групи об'єктивних чинників відносяться цілі, задачі, технології, структури, фінансова система, інформаційна система, стратегії, бізнес-процеси, методи та інструменти управління та ін. До групи суб'єктивних чинників, що визначаються характеристиками і відношеннями людей в організації – спільні цінності, стиль організації, навички персоналу, влада, культура організації, корпоративний дух, кадровий потенціал, основні виробничі фонди, ресурси та ін. В аграрному виробництві безпосередню участь бере низка природних чинників, які виступають одночасно у двох якостях: як внутрішні і як зовнішні.

Підприємництво в агросфері має певні особливості, зумовлені істотним впливом природних факторів на результати виробництва та використанням особливого ресурсу – землі. У сільському господарстві земля є і засобом праці, і предметом праці, і просторовим базисом розміщення господарства.

Будь-яке підприємство має основні і оборотні фонди, які можна представити у натуральній і вартісній формах. В натуральній формі вони відповідають постійній і змінній частинам виробництва. В постійну частину входять засоби тривалого користування які повільно змінюються впродовж довгих періодів часу. Постійна частина виробництва характеризується чинниками тривалої дії, до яких відносяться: розміри угідь, кількість, розташування і розміри населених пунктів, чисельність працездатного населення, розташування та стан доріг і комунікацій, продуктивність тварин та ін. До змінної частини виробництва входять засоби, склад і можливості яких можуть змінюватись впродовж одного або декількох виробничих циклів: працівники, матеріали, що використовуються в процесі виробництва, технології отримання продукції, системи виробництва,

способи виконання виробничих процесів, системи технічного обслуговування машин та ін.

У сільському господарстві неможливо мати незмінну однотипну технологію виробництва продукції. Вона змінюється відносно ґрунтово-географічних зон країни, підприємств зони, полів і ферм в межах окремих господарств через відмінності в умовах вирощування рослин і утримання тварин, ротації сівозмін. З цих причин виникає необхідність в конкретних виробничих системах у вигляді певних форм, використання природних, виробничих і трудових ресурсів в умовах даної зони, полів для розробки технологій виробництва продукції, що відповідає цим умовам.

Загальногосподарська система виробництва складається з взаємопов'язаних між собою систем землеробства, тваринництва, механізації, реалізації продукції та управління. Система рослинництва відображає взаємозв'язок і сполучення чинників від яких залежить родючість ґрунтів, урожайність, рентабельність галузі. До цієї групи чинників відносять кліматичні і природні умови, а також гідрографічну мережу. До системи рослинництва входять також раціональна організація і використання територій, структура угідь, площа посівів, система добрив і обробки полів, способи догляду за посівами, боротьба з хворобами і шкідниками рослин, насінництво і поєднання культур в межах сівозмін, агролісомеліорація, протиерозійні, осушувальні та зрошувальні заходи, перспективи розширення площ ріллі, пасовищ, садів, виноградників, ягідників та ін.

Системи тваринництва і рослинництва ґрунтуються на відповідній системі механізації виробництва, яка забезпечує виконання за допомогою машин і підсистем виробничо-технологічних операцій з дотриманням вимог певних технологій. Внутрішньогосподарська система переробки, зберігання і збуту продукції передбачає раціональну організацію її реалізації через різні канали на ринку, задоволення власних потреб, тимчасове або тривале зберігання його на підприємстві, переробку власними силами або на сторонніх, спеціалізованих підприємствах.

Аграрні підприємства потребують послуг з постачання техніки, добрив, засобів захисту рослин і медпрепаратів, ПММ, електроенергії, води та ін. Обслуговуючі та забезпечуючі підприємства співпрацюють з організаціями, які виконують наукові, дослідницькі, проектні, будівельні, монтажні, пусконаладжувальні роботи. Сільськогосподарські підприємства-виробники для зберігання, реалізації і переробки продукції використовують послуги посередників, які займаються доведенням продукції до споживачів через мережу оптових та роздрібних торговельних підприємств. Технологічні процеси дозволяють змінювати внутрішній стан і

внутрішню якість предмета праці. Допоміжні виробничі операції з переміщення, зберігання або підготовки до використання предметів праці забезпечують можливість виконання технологічних операцій. Зміст вказаних операцій визначається призначенням виробничого процесу, який залежить, у свою чергу, від виду готової продукції.

Під впливом метеорологічних чинників виробничі процеси в сільському господарстві можуть повністю залежати від погодних умов, бути опосередковано з ними пов'язаними і бути повністю незалежними від погоди. За характером виконання процесу розрізняють стабільні, частково або повністю нестабільні, циклічні, разові та повторювані виробничі процеси. До стабільних відносять такі процеси, які щорічно виконуються за ustalеними технологіями і на які не впливають зміни погодно-кліматичних умов. Нестабільними є процеси посіву, догляду за посівами, заготівля кормів, збирання врожаю тощо. Під циклічними нестабільними розуміють процеси, які повторюються систематично і реалізують незмінну технологію. До разових і таких, що не повторюються процесів відносять будівництво, ремонт виробничих приміщень, монтаж засобів механізації працемістких процесів, будівництво доріг, гідромеліоративних систем та ін.

У сільськогосподарському виробництві є напружені періоди, які потребують інтенсивної праці для своєчасного виконання технологічних операцій і комплексів робіт. В інші періоди напруженість польових робіт знижується. В результаті виникають проблеми з рівномірним завантаженням працюючих. Об'єктивні закони розвитку рослин і тварин, їх біологічна природа не залишають великих можливостей для зміни технологічних операцій в просторі і часі. Кожний конкретний процес виробництва сільськогосподарської продукції має притаманний йому певний ритм. Ритм сільськогосподарського виробництва, що визначає перебіг робіт в часі, в просторі і послідовності технологічних операцій не залишається постійним. Він може змінюватися через декілька років, кожний рік, в межах компаній, в межах термінів виконання окремих робіт або операцій. На ритм виробництва можуть впливати і малі проміжки часу, наприклад, при непередбачуваних зупинках машин і механізмів. Непостійність ритму технологічних процесів сільськогосподарського виробництва є невід'ємною рисою процесу створення і реалізації сільськогосподарської продукції.

Землеробство має сезонний характер, і підприємці одержують нерівномірний вихід продукції, скоригований погодними умовами. Тут часовий і природний фактори істотно впливають на кількість та якість продукції, зумовлюють ряд економічних особливостей господарської діяльності в цій галузі: система ведення господарства, економічна

підсистема, стиль і методи підприємництва не повинні суперечити екології; ризик підприємницької діяльності зменшується при нормативному забезпеченні оборотними засобами, страховими запасами на випадок природних катаклізмів. Крім того, це забезпечує процеси безперервного відтворення, що має важливе значення для біологічних систем.

У сільському господарстві економічні процеси відтворення тісно переплітаються з природними процесами. Доволі часто несприятливі кліматичні умови обумовлюють загибель або недобір врожаю. Залежність від природних умов також викликає необхідність створення стратегічних запасів насіння та кормів на випадок неврожаю. На відміну від промисловості, де знаряддя виробництва закріплені на одному місці, у сільському господарстві вони перебувають у русі, а предмети праці не змінюють свого просторового розташування. Це зумовлює зростання виробничих витрат, оскільки це пов'язане зі значною вартістю експлуатації сільськогосподарської техніки і витратами на переїзди й транспортування продукції. Робочий період в сільському господарстві не співпадає з періодом виробництва. У результаті цього має місце таке явище, як сезонність виробництва, що проявляє себе у нерегулярному періодичному використанні робочої сили і засобів виробництва, в нерівномірному надходженні продукції і доходів впродовж року.

До ринкових компонент множини чинників, які впливають на результати аграрного виробництва, можна віднести і наявність значної кількості виробників, які реалізують стандартизовану або однорідну продукцію, що наближує ринки сільськогосподарської сировини і продовольства до чистої конкуренції і унеможлиблює нецінову конкуренцію. Саме ця особливість аграрного виробництва у значній мірі утруднює маркетингову діяльність виробників, розробку і впровадження сучасних комплексів маркетингу "4-P-s", в яких акценти робляться на такі елементи і методи як сегментація, позиціонування, брендінг, асортимент, пристосування ціни та ін. В той же час такі інструменти сучасного маркетингу, як стратегічне планування, дослідження ринків, партнерський маркетинг та ряд інших досить широко використовуються менеджментом багатьох, в першу чергу, великих аграрних підприємств.

У процесі виробництва сільськогосподарської продукції задіяні живі організми, які функціонують як засоби виробництва і предмети праці. Оскільки вони розвиваються за законами біології, то це зумовлює залежність процесу відтворення від природних чинників, що в свою чергу потребує ґрунтовних і глибоких знань з ґрунтознавства, селекції, рослинництва, розведення тварин, ветеринарії та багатьох інших наук. Агропромислове виробництво характеризується значною територіальною

розосередженістю виробничих підрозділів, що спричинює певні труднощі при здійсненні управлінських процесів. Цей фактор також зумовлює необхідність використання техніки і трудових ресурсів на віддалених одна від одної територіях і виробничих підрозділах, розташованих на певній відстані від центральної садиби.

Аграрний виробничий процес також має певні особливості пов'язані з тим, що у ньому з одного боку приймає участь людина, а з іншого живі організми. При цьому, наприклад у рослинництві, весь процес виробництва розподіляється на дві фази: за участі людини та природних чинників і тільки природних чинників. Ця особливість зумовлює низьку передбачуваність управлінських процесів. Сезонність аграрного виробництва також впливає на інерцію прийнятих управлінських рішень. Наприклад, структуру сівозміни не можна змінити впродовж року. Необхідно зауважити, що після прийняття комплексу організаційно-технологічних заходів кількість варіантів прийняття рішень з усіх напрямків діяльності суттєво скорочується, кардинальні зміни практично неможливі і носять вимушений характер. Значна кількість управлінських рішень, в тому числі і стратегічного характеру через тривалий період відтворення мають дискретний характер, що підвищує відповідальність за їх розробку і реалізацію. Вищезначені особливості визначають особливу роль прогнозування у комплексі дій, що передують процесу прийняття рішення. Воно має базуватися на даних отриманих впродовж багатьох років, спиратися на потенціал досвіду, інтуїції управлінських робітників, експертів, технологів та мати відповідну інформаційну базу з накопичених даних.

Аграрній виробничій системі притаманні певні особливості, що відносяться до процесів реалізації продукції і, відповідно, до ціноутворення. У сільському господарстві основу ринкових цін становлять витрати виробництва на гірших за родючістю ґрунтах. Звичайно, йдеться про те, що на гірших за якістю земельних ділянках виробництво здійснюється за суспільно нормальних умов. Підприємства, розташовані ближче до ринку збуту, мають більш низькі транспортні витрати. Різниця між суспільною та індивідуальною вартістю утворює додатковий прибуток, який зумовлюється природними факторами або географічним розташуванням ділянки землі по відношенню до ринку реалізації продукції. В останньому випадку кількість сільськогосподарської продукції не збільшується, зменшується лише її повна собівартість за рахунок скорочення транспортних витрат.

Сезонний характер процесу виробництва і отримання товарної продукції надають йому дискретності, а її реалізація відбувається безперервно, оскільки потреба у продуктах харчування є постійною.

Прийняття рішень про виробництво тих чи інших видів продукції і час здійснення витрат істотно відрізняються від часу її реалізації. За цей період можуть суттєво змінитися ціни, як на продукцію, так і на ресурси, необхідні для виробництва. При цьому часовий лаг між змінами у ціні і результатом дій, спрямованих на пристосування їх до нового рівня інколи буває тривалішим за річний виробничо-збутовий цикл. Це пов'язано і з специфікою відтворення окремих культур і особливостями різних технологій їх вирощування.

Складною задачею у практичній реалізації є прогнозування зміни цін під впливом погодних умов з урахуванням зонального розміщення аграрних виробничих систем. У значній мірі їх можна вважати випадковими та такими, що є важкопрогнозованими. Тим не менш є інформація, яку впродовж багатьох років збирає, накопичує і систематизує сільськогосподарська метеорологія і дані спостережень за погодою в певній кліматичній зоні можуть бути покладені в основу розрахунків багатолітніх циклів зміни погодних умов. Це дозволить робити більш достовірні прогнози цін на певні часові періоди, що підвищить обґрунтованість управлінських рішень.

Певна частина виробленої сільськогосподарської продукції використовується господарюючими суб'єктами для власних потреб. Це змушує виробників йти на додаткові витрати, пов'язані з необхідністю зберігання і переробки цієї продукції. У будь-якому випадку менеджери стикаються з проблемою багатокритеріальності при прийнятті рішень, пов'язаних з вирішенням дилеми: купувати насіння, молодняк, посадковий матеріал на ринку чи займатися самозабезпеченням, що не завжди є виправданим з точки зору витрат на їх виробництво, наявності виробничих можливостей і кваліфікації кадрів.

До особливостей сільгосппродукції відноситься також те, що багато її видів можуть споживатися, як у свіжому вигляді, так і у переробленому вигляді. Причому традиційно, переробка є досить вигідною, прибутковою справою, особливо якщо нею займається господарство. Економічна доцільність переробки, так само як її зберігання, входить до множини управлінських задач, що їх вирішує менеджмент аграрного підприємства.

Також необхідно враховувати і притаманний усьому устрою сільського життя певний консерватизм, схильність до традиційних методів і підходів до управління господарством, більшість з яких беруть початок ще з часів Київської Русі і залишаються у селян на рівні підсвідомості досі. Це явище не можна розглядати тільки з негативної точки зору. Консерватизм допомагає утримуватися від сумнівних з позицій здорового глузду рішень, від кроків, які можуть мати небажані наслідки, від дій, які суперечать

набутому досвіду та інтуїції. Аграрні технології змінюються набагато повільніше, ніж промислові, а використання землі у якості основного засобу виробництва пояснює звичку дотримуватися багатовікових традицій. Використання сучасних методів і технологій управління стримується низьким рівнем комп'ютеризації і інформатизації у аграрних економіко-виробничих системах, повільним здоланням психологічних перешкод перед їх широким впровадженням в практику управлінської діяльності.

Розглянуті особливості аграрного виробництва в тій чи іншій мірі відображаються на кінцевих економічних результатах, і тому мають бути враховані менеджерами при розробці, впровадженні та удосконаленні систем управління сільськогосподарських підприємств. Всі розглянуті особливості АВС характеризуються різноманітністю форм і видів господарюючих утворень, широким спектром підприємств, що розрізняються за розмірами, мають регіональні, майнові, правоустановчі, організаційні та економічні відмінності.

Це дозволяє зробити висновки про можливість конкретизації вказаних законів і принципів та закладання методологічних основ формування підсистеми управління аграрними виробничими структурами. Для ситуації в агросфері економіки характерним є наявність низки особливостей і тенденцій, які впливають на його функціонування, зокрема до них належать наступні: аграрні виробничі системи та їх зв'язки із зовнішнім середовищем стають дедалі складнішими; відсутність цілісної концепції стратегічного управління своїм наслідком має дезорганізовану, без ознак системності і наукових засад організацію управління АВС; переоцінка регулюючих можливостей ринку значно підвищила стохастичність умов виробництва і збуту продукції, мінливість умов і чинників усього економічного середовища; недооцінка конкретних проявів самоорганізації ринкового середовища підвищила рівень ризиків різного виду; зростання вартості помилок в управлінні; відсутність системного комплексного підходу до вирішення проблем управління підприємством галузі, що знижує ефективність запроваджуваних заходів, спрямованих на удосконалення і трансформацію існуючих організаційно-правових форм господарювання; кризовий стан виробничої сфери аграрного сектора змушує сільськогосподарські підприємства функціонувати в умовах підвищених ризиків, що висуває специфічні вимоги до прогностичних оцінок, роль яких в плануванні зростає; високий динамізм і прогресуюча невизначеність чинників зовнішнього середовища.

Означенні особливості своїм наслідком мають значне ускладнення процесу управління виробництвом, скорочення часу на підготовку і реалізацію обґрунтованих ефективних управлінських дій, що забезпечують своєчасне виявлення загроз та негативних впливів, а також сприятливих

тенденцій і адекватну реакцію на них. Період збереження ефективної дієвості прийнятих рішень також скорочується, що вимагає їх адаптації до мінливих умов, або прийняття нових, таких, що відповідають ринковій ситуації. Це зумовлює необхідність розробки підсистеми управління в аграрних виробничих структурах, яка базувалася б на високоефективному використанні інформаційного та інтелектуального ресурсів. Запорукою цього повинне стати: системне інформаційне та наукове забезпечення вирішення проблем функціонування та розвитку підприємства – інформація, знання та інтелект; націленість на забезпечення попереджувального характеру управлінських дій на основі системи моніторингових та прогностичних методів; виважене поєднання формалізованих і неформалізованих методів в управлінні; обов'язкове використання багатоваріантності підходів і методів при прийнятті та реалізації рішень будь-якого рівня.

4.5. ІНФОРМАЦІЙНА СКЛАДОВА УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ ПІДПРИЄМСТВА

У сучасних умовах, що характеризуються динамізмом розвитку економічної системи, мінливістю та непередбачуваністю бізнес-середовища вітчизняні підприємства постійно стикаються із загрозами для успішної діяльності. Наразі пріоритетним завданням для бізнесу є побудова ефективної системи його економічної безпеки, що дозволить підприємствам стабільно функціонувати та розвиватися. У зв'язку з цим питання, що стосуються аспектів економічної безпеки підприємств є надзвичайно актуальними.

Останнім часом вивченню категорії економічної безпеки почали приділяти значну увагу у наукових дослідженнях. Теоретичні основи та практичні підходи щодо забезпечення економічної безпеки підприємств висвітлені в працях таких науковців, як Б.М.Андрушків, Л.О.Волощук, А.О.Заїчковський, Т.М.Іванюта, Л.Я.Малюта, С.В.Філіппова, А.В.Череп, С.О.Черкасова, О.Я.Ярова та ін. Однак, неоднозначність, складність даної категорії, зумовлюють необхідність подальших поглиблених досліджень щодо економічної безпеки підприємства в цілому та окремих її складових.

Мета – дослідити сутність та місце інформаційної безпеки в забезпеченні економічної безпеки підприємства в умовах нестабільного зовнішнього середовища.

Виникнення категорії економічної безпеки пов'язано насамперед із захистом інформації. Первісне поняття економічної безпеки розглядалося

як забезпечення умов збереження комерційної таємниці й іншої секретної інформації підприємства [8].

Однак, такий підхід є спрощеним і не відповідає сучасним вимогам щодо забезпечення успішної діяльності підприємств.

Економічна безпека підприємства – це система створення механізму мобілізації й найбільш оптимального управління корпоративними ресурсами даного підприємства з метою найбільш ефективного їх використання і забезпечення стійкого функціонування того чи іншого підприємства, його активної протидії будь-яким негативним чинникам впливу на свою економічну безпеку [80].

Значне посилення впливу зовнішнього середовища на діяльність підприємств, що обумовлює суттєве коригування внутрішнього середовища, з урахуванням динамічності, непередбачуваності змін зовнішнього середовища внесло корективи в сучасне розуміння категорії економічної безпеки підприємств. Саме з позицій захисту підприємства від негативного впливу зовнішнього середовища підходять вчені до розгляду економічної безпеки підприємства.

Економічна безпека підприємства – це здатність захистити діяльність підприємства від негативних впливів зовнішнього середовища, вчасно усунути загрози чи пристосуватися до змін у зовнішньому середовищі, що дозволить підприємству ефективно функціонувати та розвиватися в умовах виникнення внутрішньої і зовнішньої загрози. Слід зазначити, що стабільний розвиток підприємства пов'язаний не тільки з пристосуванням до ситуації в зовнішньому середовищі, а і активне використання потенціалу підприємства для зміни зовнішнього середовища.

Виявлено, що тип розвитку підприємств визначається видом його безпеки, що відображається в динаміці економічних показників. Кожному типу розвитку властиві специфічні фактори ризику, що зумовлюють особливості системи управління ними [260].

Коли мова йде про поточну ситуацію, першочергове значення має фінансова безпека, при цьому фактори ризику пов'язані в основному з внутрішніми факторами, рішеннями при розробці стратегії підприємства. Економічна безпека підприємства розглядається як комплекс заходів, які сприяють підвищенню фінансової стійкості підприємства.

Забезпечення розвитку підприємства можливе за умови врахування як внутрішніх, так і зовнішніх факторів ризику, а стійкий розвиток передбачає врахування, насамперед, зовнішніх факторів інноваційно-інвестиційного спрямування для забезпечення збалансованої безпеки шляхом формування оптимального потенціалу підприємства, стратегічної конкурентоспроможності і збільшення частки ринку.

Концепцію економічної безпеки розглядають як форму розвитку підприємства за трьома підходами:

- ресурсно-функціональний підхід – стан використання ресурсів підприємства за функціональними сферами;
- гармонізаційний підхід – гармонізація інтересів підприємства з інтересами суб'єктів зовнішнього середовища;
- конкурентний підхід – наявність у підприємства конкурентних переваг [231].

З позицій ресурсно-функціонального підходу, економічна безпека підприємства – це такий стан корпоративних ресурсів (ресурсів капіталу, персоналу, інформації, технології і техніки, устаткування, прав) і підприємницьких можливостей, за якого гарантується найефективніше їх використання для забезпечення стабільного функціонування та динамічного науково-технічного й соціального розвитку, запобігання внутрішнім і зовнішнім негативним впливам (загрозам) [240].

При цьому, більшість науковців розглядають наступні складові: фінансова, політико-правова, інтелектуальна і кадрова, інформаційна, екологічна [245].

Для забезпечення високого рівня економічної безпеки підприємства необхідно забезпечувати високий рівень безпеки окремих функціональних складових. Особливе місце займає інформаційна складова. Як зазначалося раніше, виникнення поняття «економічна безпека» пов'язано з захистом інформації. Поняття комерційної таємниці підприємства закріплено у Господарському кодексі України [46]: відомості, пов'язані з виробництвом, технологією, управлінням, фінансовою та іншою діяльністю суб'єкта господарювання, що не є державною таємницею, розголошення яких може завдати шкоди інтересам суб'єкта господарювання, можуть бути визнані його комерційною таємницею

Відповідно до Господарського кодексу України [46] інформація, що складає комерційну таємницю підприємства, повинна відповідати таким вимогам:

- бути власністю підприємства;
- бути засекреченою власником підприємства в його інтересах на визначений термін, у визначеному обсязі;
- мати дійсну або потенційну вартість з комерційних міркувань;
- не бути загальновідомою та загальнодоступною згідно з законодавством України;
- надійно захищатися її власником або уповноваженою ним особою через систему кваліфікації інформації, розробку внутрішніх правил засекречення, схову, обігу, знищення та запобігання розголошенню,

введення відповідного кодування носіїв інформації тощо;

- не захищатися авторським і патентним правом;
- не стосуватися негативної діяльності підприємства, здатної завдати шкоду суспільства.

Наукові дослідження вчених та практичні напрацювання [80] свідчать про те, що основними елементами та складовими системи захисту комерційної таємниці є:

- юридичне закріплення в основоположних документах підприємства права на комерційну таємницю;

- визначення відомостей, які підлягають захисту як комерційна таємниця, розробка переліку таких відомостей, затвердження його як офіційного нормативного документа підприємства, доведення його до відома персоналу підприємства, який має безпосереднє відношення до цих відомостей за посадою чи характером виконуваної роботи;

- якісний підбір та мотивація персоналу підприємства для ефективної роботи з даною інформацією; розробка методичних положень, інструкцій, пам'яток, пов'язаних з поведінням з комерційною таємницею;

- визначення порядку допуску та доступу до комерційної таємниці підприємства його працівників, споживачів, державних органів та інших контрагентів;

- встановлення порядку збереження комерційної таємниці при укладанні господарських договорів, а також ведення ділових переговорів;

- створення на підприємстві порядку поведіння з інформацією обмеженого користування, який виключає можливість витоку інформації при роботі з комерційною таємницею, при розробленні рекламних матеріалів, при веденні співробітниками ділових переговорів, під час наукових конференцій, семінарів, виступів у пресі;

- організація спеціального діловодства документів даної категорії (підготовка, облік, розмноження, пересилання, зберігання, перевірка наявності, знищення).

Наразі, забезпечити успішну діяльність підприємства можливо, якщо не тільки охороняти власну інформацію від конкурентів, а і добувати необхідну інформацію. Спроможність управлінців ефективно уникнути можливих загроз і ліквідувати шкідливі наслідки впливу внутрішнього та зовнішнього середовища можливо за умови володіння відповідною інформацією.

Інформаційна складова економічної безпеки - ефективне інформаційно-аналітичне забезпечення господарської діяльності підприємства, представлення підприємства у середовищі партнерів та конкурентів, захист інформаційних ресурсів [8].

Інформаційна безпека підприємства охоплює комплекс заходів та

засобів захисту, що забезпечують збереження й конфіденційність інформації в поєднанні з визначеною доступністю до неї користувачів.

Відповідно інформаційна безпека має три основні складові: конфіденційність, цілісність і доступність. Конфіденційність належить до захисту чутливої інформації від несанкціонованого доступу. Цілісність означає захист точності і повноти інформації та програмного забезпечення. Доступність – це забезпечення користувача інформацією й основними послугами в потрібний для нього час [89].

Під інформаційно-аналітичним забезпеченням системи управління економічною безпекою підприємства можна розуміти вид інформаційно-аналітичного забезпечення підприємницької діяльності шляхом добування, обробки і надання керівництву необхідної інформації. Воно необхідне при оцінці обстановки і прийнятті рішення на відповідному стратегічному, оперативному та тактичному рівнях в інтересах розвитку підприємства [231].

Відповідно, основними функціями відповідних служб підприємства, що забезпечують інформаційну безпеку підприємства повинні бути:

- збирання всіх видів інформації, що стосується діяльності підприємства;
- аналіз одержаної інформації з обов'язковим дотриманням загальноприйнятих принципів і методів;
- прогнозування тенденцій розвитку науково-технологічних, економічних і політичних процесів стосовно конкретної сфери бізнесу, а також показників, яких необхідно досягти суб'єкту господарювання;
- оцінка рівня економічної безпеки за всіма складовими та в цілому, розробка рекомендацій для підвищення цього рівня на підприємстві;
- зв'язок з громадськістю, формування репутації підприємства;
- захист конфіденційної інформації [89].

Інформаційно-аналітичне забезпечення слід розглядати як гарантування своєчасного формування та передачі якісної інформації в рамках системи управління внутрішнім та зовнішнім користувачам задля забезпечення економічної безпеки підприємства.

Основою інформаційно-аналітичного забезпечення є обліково-аналітичне забезпечення. Загальноприйнята організація обліку забезпечує оцінку діяльності підприємства, оперуючи в основному структурованою інформацією ретроспективного характеру, що недостатньо для прийняття оптимальних управлінських рішень в сучасних умовах.

Інформаційна складова інформаційно-аналітичного забезпечення формується на підставі наступних видів інформації: планової, облікової, нормативно-правової та звітно-статистичної.. Формування системи

аналітичного забезпечення базується на основі стратегічного, атрибутивного, операційного, порівняльного, фінансово-економічного аналізу [139].

Аналітична система повинна забезпечувати оцінку кількісного та якісного стану досліджуваного об'єкта, виявляти тенденції процесів, на основі чого є можливість розробляти варіанти управлінських рішень, які дозволять уникнути або стримати вплив негативних тенденцій та сприяти позитивним.

Загальноприйнята організація обліку передбачає в основному операції зі структурованою інформацією ретроспективного характеру. Обліково-аналітична інформація, як поєднання інформації, яку продукує бухгалтерський облік та результатів економічного аналізу, не є достатньою для прийняття оптимальних управлінських рішень щодо забезпечення економічної безпеки підприємства в сучасних умовах. Інформаційно-аналітичне забезпечення повинно об'єктивно відображати стан підприємства на будь-який момент часу і з будь-яким рівнем деталізації, а також враховувати можливі загрози з боку зовнішнього середовища [116].

Отримання зовнішньої інформації повинна забезпечити можливість охарактеризувати економіку країни в цілому, в регіональному та галузевому розрізі, кон'юнктуру фінансового ринку, діяльність конкурентів та контрагентів. При прийнятті рішень щодо економічної безпеки оперують даними, що публікують органи державної статистики, періодичні видання, публічної фінансової звітності. нормативно-правовими актами.

Актуальною нині вважається конкурентна розвідка. Функції фахівця з конкурентної розвідки полягають у зборі, аналізі інформації, підготовці рекомендацій для керівництва підприємства. На невеликих підприємствах ці функції може виконувати один працівник, і навіть може суміщати при цьому і інші функції. Коли ж необхідна уже постійна системна обробка великого масиву даних, доцільно створювати на підприємстві окремий підрозділ, який буде займатися конкурентною розвідкою.

Головна мета конкурентної розвідки – досягнення конкурентних переваг підприємства шляхом повного і об'єктивного інформування управлінців про можливості та загрози розвитку бізнесу, зокрема про нинішніх і потенційних конкурентів, для прийняття оптимальних управлінських рішень.

Економічна розвідка цікавиться всією інформацією, що має життєво важливе значення і забезпечує переваги конкуренту, і яка стосується таких сторін його господарської діяльності:

- ресурсів, наявних у розпорядженні;
- процесів виробництва економічних благ, тобто технологій;

- процесів розподілу і обігу;
- процесів споживання;
- процесів моделювання виробництва і економічних явищ;
- дослідницьких процесів [80].

Однак не слід забувати, що об'єктами розвідки є не тільки конкуренти, а і постачальники, споживачі, органи державного і місцевого самоврядування, профспілкові організації, політичні партії і рухи.

На думку багатьох фахівців, основні джерела розвідувальних даних:

- люди, що володіють інформацією, від випадкових свідків до експертів та працівників конкуруючої компанії;
- речі (зразки продукції, макети, муляжі, виставкове й торговельне обладнання);
- документи, які представлені установчими документами підприємств, внутрішньою розпорядчою документацією, звітністю, технічною і тендерною документацією, рекламними матеріалами і публікаціями, особистими паперами, а також документами органів влади та місцевого самоврядування;
- засоби зв'язку та електронні системи обробки інформації, в тому числі можливості мережі Інтернет;
- різні чинники, які можна відслідковувати, зокрема поведінка, розмови, результати дій [144].

Отримувати інформацію можливо від різних типів розвідників. Розвідників залежно від завдань, що вони виконують, класифікував ще 400 років до н.е. китайський полководець Сунь-Цзи, внесені зміни до цієї класифікації стосовно економічної розвідки українськими вченими дозволяють виокремити такі групи агентів [80]:

- агент-експерт – легальними методами здійснює пошук необхідної інформації, обробляє відкриту інформацію;
- «місцеві розвідники» - агенти з рядових працівників підприємства-конкурента, що мають доступ до інформації;
- «внутрішні розвідники» - агенти з управлінського персоналу підприємства-конкурента, що мають доступ до інформації;
- «розвідники, що повертаються», «подвійні агенти» - розкриті службою безпеки і пере вербовані агенти конкурента;
- «розвідники життя», «проникаючі агенти» - проникають на об'єкт, добувають необхідну інформацію і доставляють її замовнику

Методи збирання інформації поділяють на:

- легальні (пошук інформації у статистичній звітності, засобах масової інформації, відвідування виставок, презентацій, участь у наукових заходах, залучення експертів);

- напівлегальні (спілкування з працівниками конкурентів у неформальній обстановці, проведення переговорів, конкурсів, реалізація яких не передбачається; переманювання фахівців конкурента, одержання інформації від спільних контрагентів);

- нелегальні (викрадення об'єктів власності конкурента, викрадення чи копіювання документів, впровадження агентів на об'єкт конкурента, прослуховування розмов чи проникнення у комп'ютерну систему конкурента).

Водночас, незважаючи на існування великої кількості методів розвідувальної діяльності підприємства, серед яких вербування агентів серед співробітників компанії-конкурента, засилання «своєї людини», викрадення важливої комерційної інформації або використання тієї корисної інформації, доступ до якої конкуренти з різних причин не змогли обмежити, сьогодні конкурентна розвідка – це переважно система збору та аналізу відкритої інформації про ринки, технології та провідних гравців яка розроблена і функціонує на високому професійному (аналітичному) рівні, з дотриманням усіх найсуворіших норм ділової етики. [149].

На відміну від промислового шпіонажу, при конкурентній розвідці методи і способи отримання інформації є законними. Конкурентна розвідка передбачає не тільки збір і аналіз інформації, а і прогнозування ситуації на ринку та дій конкурентів, і, відповідно, надання рекомендацій щодо прийняття управлінських рішень. Показниками ефективності роботи розвідки є: своєчасність одержуваної інформації, точність інформації, адекватність наступним подіям. Слід зазначити, що до пошуку необхідної інформації повинні бути залучені та мотивовані не тільки працівники служби економічної розвідки, а і працівники інших підрозділів, що дозволить прискорити надходження якісної інформації. На підприємстві повинен бути замкнений розвідувальний цикл, який повинен включати: планування (визначення завдання, етапів збирання інформації, виконавців); збирання; обробка; оцінка; прогнозування, моделювання, розробка рекомендацій; передача замовникам.

Необхідно на підприємствах створювати надійну програму захисту важливої інформації, застосовуваних технологій, розробок, ноу-хау. Служба економічної безпеки підприємства повинна реалізовувати:

- режимні заходи (розробляти інструкції і положення, що стосуються поведінки персоналу щодо захисту комерційної таємниці);

- фізичну охорону території і будівель, персоналу підприємства;

- технічні засоби захисту, особливо комп'ютерної інформації;

- попереджувально-профілактичну роботу з персоналом задля дотримання ними вимог безпеки, формування відчуття відданості підприємству.

Одне із сучасних трактувань економічної безпеки полягає у мірі гармонізації в часі і просторі економічних інтересів підприємства з інтересами пов'язаних з ним суб'єктів зовнішнього середовища: споживачів, постачальників, інвесторів, конкурентів, директивних установ, суспільства в цілому.

Актуальним наразі є питання про підвищення рівня транспарентності суб'єктів господарювання. Транспарентність – це комплексний (інтегральний) показник відкритості суб'єкта економіки, який відображає адекватність вимогам користувачів, рівень повноти розкриття та доступності звітної інформації про його поточний стан і перспективи діяльності [77].

Для забезпечення економічної безпеки підприємства необхідно володіти інформацією про найкращі методи ведення бізнесу, тобто доцільно використовувати бенчмаркінг. На відміну від конкурентної розвідки, бенчмаркінг – метод вивчення чужого досвіду, який не становить таємниці. Бенчмаркінг – це діяльність, що базується на взаємовідносинах, згоді щодо обміну даними, яка забезпечує вигоду для всіх учасників; це порівняння характеристик досліджуваних підприємств з метою встановлення розходжень в них в пошуку шляхів покращення ситуації. Бенчмаркінг проводиться на основі фактичних даних, точного аналізу і вивчення процесу, а не тільки на базі інтуїції.

При цьому зростає значимість зовнішнього бенчмаркінга, а саме партнерського (асоціативного). Партнерський бенчмаркінг, на відміну від індивідуального конкурентного бенчмаркінгу, що може бути пов'язаний з труднощами отримання інформації, дозволяє на основі укладеного договору про проведення спільних порівняльних досліджень діяльності кожного з учасників, отримувати достовірну інформацію для розробки ефективних управлінських рішень, зокрема щодо економічної безпеки підприємства.

Для забезпечення стабільного розвитку бізнесу, бенчмаркінг слід розглядати не як окремих одноразовий захід, а як стратегію послідовного поліпшення та безперервного процесу управління змінами, що сприяє забезпечення економічної безпеки підприємства на стратегічному рівні.

Інформація може не тільки сприяти співпраці суб'єктів ринку, а і навпаки викликати конфлікт. Це та інформація, яка прийнятна для однієї сторони чи сторін і неприйнятна для іншої сторони чи сторін. До такої інформації відносять: неповні і неточні факти, сторонні факти, небажане оприлюднення інформації, яка може образити цінності однієї із сторін, інформація з ненадійних джерел, суперечлива інформація, неточність перекладів повідомлень у засобах масової інформації.

Економічна безпека підприємства суттєво залежить від професіоналізму учасників прийняття рішення, зокрема і фахівців інформаційно-аналітичного профілю, та їх здатності і наявності можливостей для набуття компетентності щодо застосовування новітніх методів збору інформації, аналізу, прогнозування та моделювання.

Інформаційна безпека є важливою складовою економічної безпеки підприємства. Спроможність управлінців уникнути можливих загроз внутрішнього та зовнішнього середовища пов'язана з умінням захистити власну інформацію від конкурентів та володіти відповідною інформацією про бізнес-середовище. Сучасні реалії функціонування підприємств вимагають нових підходів до інформаційно-аналітичного забезпечення економічної безпеки, захисту інформаційних ресурсів та гармонізації економічних інтересів суб'єктів ринку. Успішність прийняття управлінських рішень суттєво залежить від інформаційної підтримки, від компетентності фахівців, які задіяні в цьому процесі. Оптимальні управлінські рішення щодо економічної безпеки базуються як на внутрішній, так і на зовнішній інформації, яку можна отримати, зокрема, шляхом здійснення конкурентної розвідки, бенчмаркінгу. Захист інформаційних ресурсів підприємства залежить від ефективної роботи служби економічної безпеки.

Подальша розвідка повинна бути пов'язана з вдосконаленням існуючих та розробкою нових інноваційних засобів захисту та пошуку інформації, застосуванням нових методів і прийомів аналітики, які б дозволили приймати ефективні управлінські рішення для забезпечення економічної безпеки та розвитку підприємства в умовах динамічних змін зовнішнього середовища.

4.6. УПРАВЛІННЯ ПРОЕКТАМИ ФОРМУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ НЕСТАБІЛЬНОГО ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА

Економічний розвиток народногосподарського комплексу України являється складовою, від якої залежить ефективність функціонування всієї системи господарювання в країні. Важливість цього напрямку для економіки будь-якої країни обумовлене спроможністю проектів розвитку створювати велику кількість робочих місць і можливість споживання продуктів багатьох галузей економіки. Економічний ефект від розвитку пояснюється мільтиплікативним ефектом коштів. Отже, економічне зростання створює умови для розв'язання як економічних, так і соціальних проблем.

Вагомий внесок у вивчення особливостей економічного розвитку та

використання в цьому процесі засобів управління проектами зробили такі вітчизняні та зарубіжні вчені, як Р. Рудик, А. Гринюк, З. Воронов, С. Румянцева, Б. Варналій, В. Кредісов, М. Хурса, Г. Цегелик, В. Грушко, Г. Тарасюк та ін.

Мета роботи полягає у всебічному дослідженні загальних та специфічних особливостей управління проектами формування економічного розвитку підприємств в умовах нестабільного зовнішнього середовища в Україні.

На теперішній час, головною проблемою підприємств які стали на шлях економічного розвитку в Україні є формування позабюджетних інвестицій. З метою забезпечення економічного розвитку, в світі вже давно прийнятна практика використання системи управління проектами в менеджменті підприємств.

Оскільки корпоративна система планування та управління проектами – це система управління, яка містить правила та процедури управління проектами, а також засоби автоматизації, планування та контролю виконання проектів, доцільно вивчати всі інструменти цієї системи, а саме: команду управління проектом, процедурну модель та програмне забезпечення (рис. 4.6).

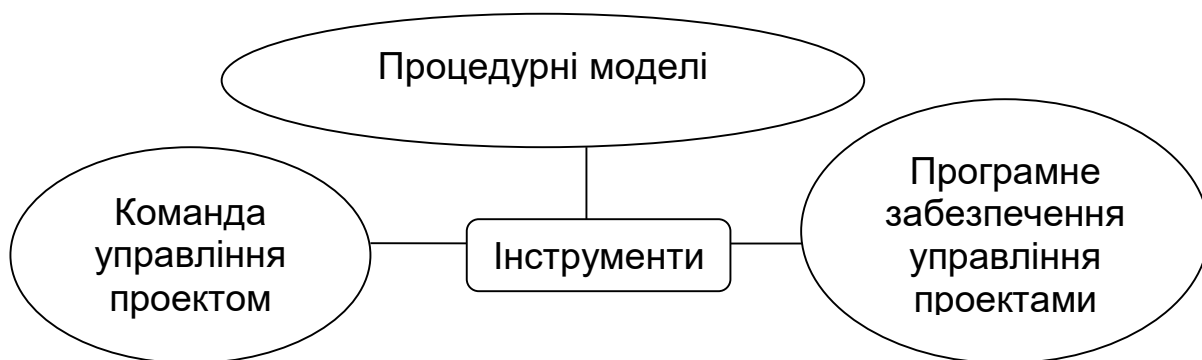


Рис. 4.6. Інструменти системи управління проектами

Розглянемо логіку управління проектами (рис.4.7). Перш за все проект обов'язково має одну чи декілька цілей. Під цілями розуміють не тільки кінцеві результати проекту, але й обрані шляхи досягнення цих цілей (наприклад, технології, які застосовуються в проекті, система управління проектом). Досягнення цілей проекту може бути реалізоване різноманітними способами.

Порівнюють ці способи за допомогою критеріїв успішності досягнення поставлених цілей. Звичайно до основних критеріїв оцінки різноманітних варіантів виконання проекту входять терміни та вартість досягнення результатів, а заплановані цілі та якість є основними обмеженнями при

розгляді та оцінюванні різноманітних варіантів.

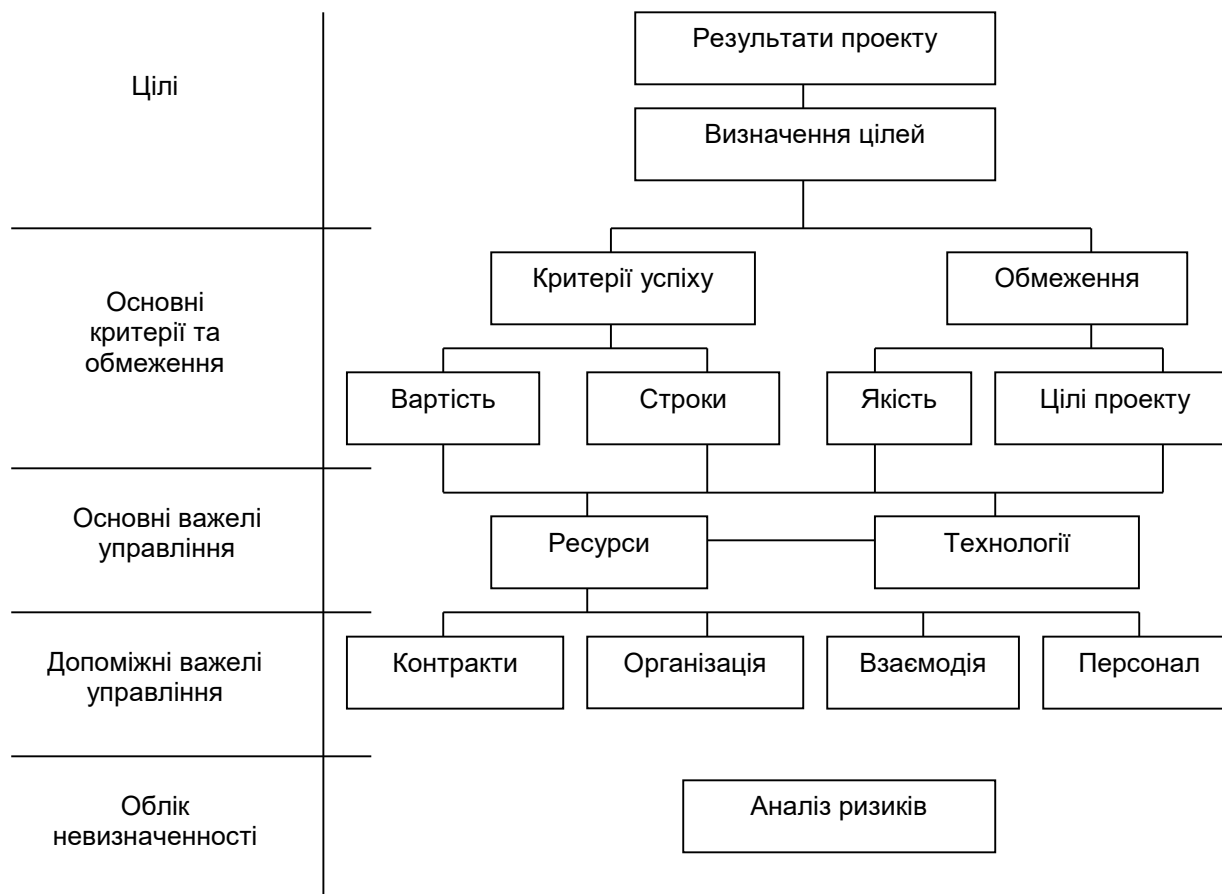


Рис. 4.7. Логіка управління проектами

Для забезпечення ефективного управління проектами необхідні важелі. Впливати на шляхи досягнення результатів проекту, цілі, якість, строки та вартість виконання робіт можливо, обираючи застосовувані технології, склад, характеристики та призначення ресурсів на виконання тих чи інших робіт. Таким чином технології та ресурси проекту, що застосовуються можна віднести до основних важелів управління проектами. Облік невизначеності вихідної інформації потрібен як при плануванні проекту, так і для грамотного укладання контрактів. Аналізу та обліку невизначеностей присвячено аналіз ризиків.

Аналіз ризиків потрібен для управління ними, тобто для використання методів та кроків для попередження ризиків проекту, як можливості росту та розвитку системи управління проектами будівельної компанії.

Приведено перелік основних ризиків проектів розвитку підприємств в умовах нестабільного зовнішнього середовища та можливі методи реагування на них (табл. 4.1).

Таблиця 4.1 - Аналіз ризиків проектів розвитку підприємств в умовах нестабільного зовнішнього середовища

Ризик	Відповідний за моніторинг	Відповідний за реагування	Методи реагування
Відсутність прогнозу зміни вартості матеріалів при плануванні	Аналітик проекту	Експерт КМТЗ	Збір статистики для прогнозування
Відсутність прогнозу зміни ринкових умов	Експерт відділу збуту, фінансування, економіст	Куратор проекту	Зміна план-графіку проекту аж до закриття
Порушення строків видачі документації	Замовник	Замовник	Включення до контракту Замовник – Генпідрядник, як штрафних функцій, так і пунктів щодо мотивації
Порушення строків отримання дозвільної документації	Замовник	Замовник	Резерв на покриття ризиків, закладених до бюджету проекту
Недостатність кваліфікованих кадрів	Менеджер проекту	Менеджер проекту	Завчасний пошук кадрів та підвищення кваліфікації існуючих
Зрив строків фінансування	Аналітик проекту	Менеджер проекту	Пошук альтернативних джерел фінансування; фінансове планування; перегляд графіку
Неякісне планування	Аналітик проекту	Менеджер проекту	Розробка стандартів планування; доробка планів проекту
Зміна цілей проекту	Менеджер проекту	Менеджер проекту	Заключення додаткових угод
Відсутність чітких цілей та задач проекту	Куратор проекту	Куратор проекту	Фіксація цілей та завдань у контрактах
Незручність тимчасових технічних умов для підрядника	Підрядник	Менеджер проекту	Резерв на покриття ризиків, закладених до бюджету проекту

**Розвиток підприємства в умовах нестабільного зовнішнього середовища:
управління, реалізація та перспективи: монографія**

Ризик	Відповідний за моніторинг	Відповідний за реагування	Методи реагування
Тривале погодження зі службами міста проекту на внос інженерних мереж	Підрядник	Менеджер проекту	Резерв на покриття ризиків, закладених до бюджету проекту
Нестабільне фінансування	Експерт з фінансів	Інвестор	Пошук та залучення альтернативних джерел фінансування; призупинення проекту; аналіз витрат та їх зменшення
Зрив строків та обсягів видання кредитів	Інвестор	Інвестор	Пошук та залучення альтернативних джерел фінансування; призупинення проекту; аналіз витрат та їх зменшення

Для виконання додаткових обов'язків тою часткою організаційних ресурсів, які в результаті впровадження корпоративної системи управління створюють команду проекту, необхідна зміна організаційної структури підприємства.

Організаційна структура управління проектом відображає склад елементів системи управління та зв'язки між ними. В якості таких елементів виступають посадові та структурні одиниці, між якими виникають або вертикальні (адміністративно – функціональні) зв'язки, які забезпечують адміністративні процеси прийняття рішень, або горизонтальні (технологічні) зв'язки, які відповідають за процеси виконання робіт.

Однією з вимог до організаційних структур управління є забезпечення динамізму, оскільки проект живе й розвивається на протязі життєвого циклу як відкрита система, активно взаємодіючи із зовнішнім середовищем. Такий динамізм є найбільш характерним для проектних та матричних структур, разом з тим гнучкість та рухливість можливо забезпечити за допомогою функціональної структури.

В таблиці 4.2 наведено порівняння особливостей використання різних організаційних структур управління проектом.

Таблиця 4.2 - Порівняння організаційних структур управління проектом

Характеристики проекту	Організаційна структура управління				
	функціональна	матрична			проектна
		слабка	збалансована	сильна	
Повноваження менеджера проекту	Слабкі, або відсутні	Обмежені	Від слабких до середніх	Від середніх до високих	Від високих до не обмеж.
Частка організаційних ресурсів, задіяних для виконання проекту, %	Практично відсутня	0 – 25%	15 – 60%	50 – 95%	85 – 100%
Функції менеджера проекту	Тимчасова зайнятість	Тимчасова зайнятість	Повна зайнятість	Повна зайнятість	Повна зайнятість
Персонал команди проекту	Тимчасова зайнятість	Тимчасова зайнятість	Тимчасова зайнятість	Повна зайнятість	Повна зайнятість

Як видно з рис. 4.8, така організаційна структура характерна також для проектів, які повторюються, що відповідає вимогам проектів кожен з яких крім елемента унікальності містить в собі загальні стандарти виконання.

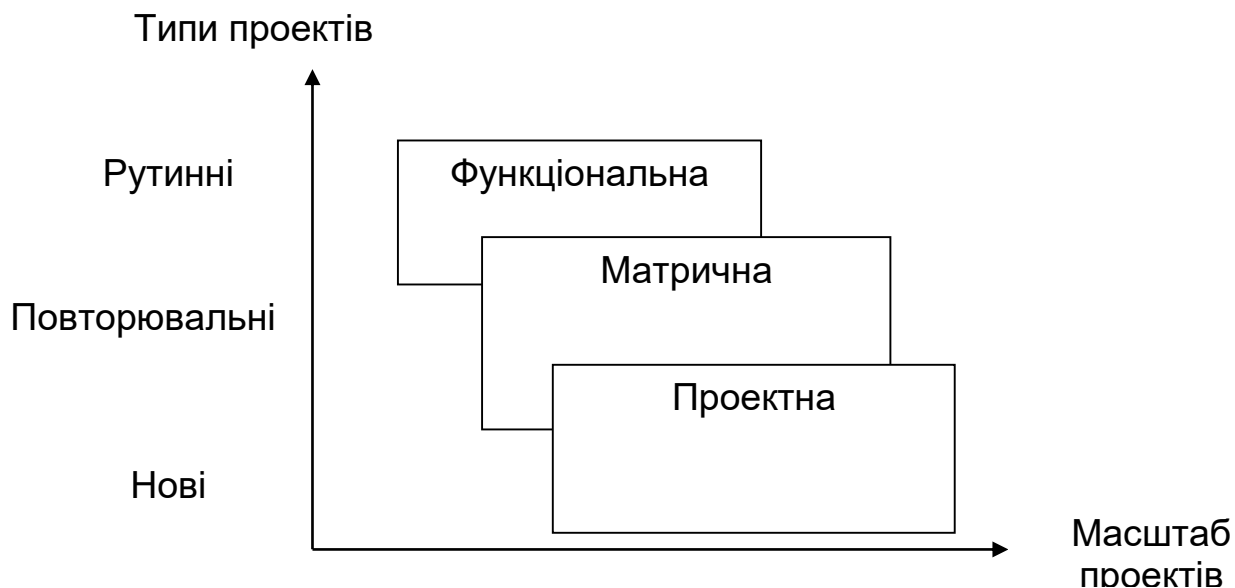


Рис. 4.8. Організаційні структури

Організаційне проектування передбачає створення пакету організаційної, методичної та довідкової документації, який включає:

- організаційну структуру управління проектом;
- графічне зображення структурних одиниць (рис. 4.9);
- посадові інструкції (регламенти, рольові інструкції);
- методичні інструкції, технологічні карти процесів (організаційна структура управління проектом) та таке інш.

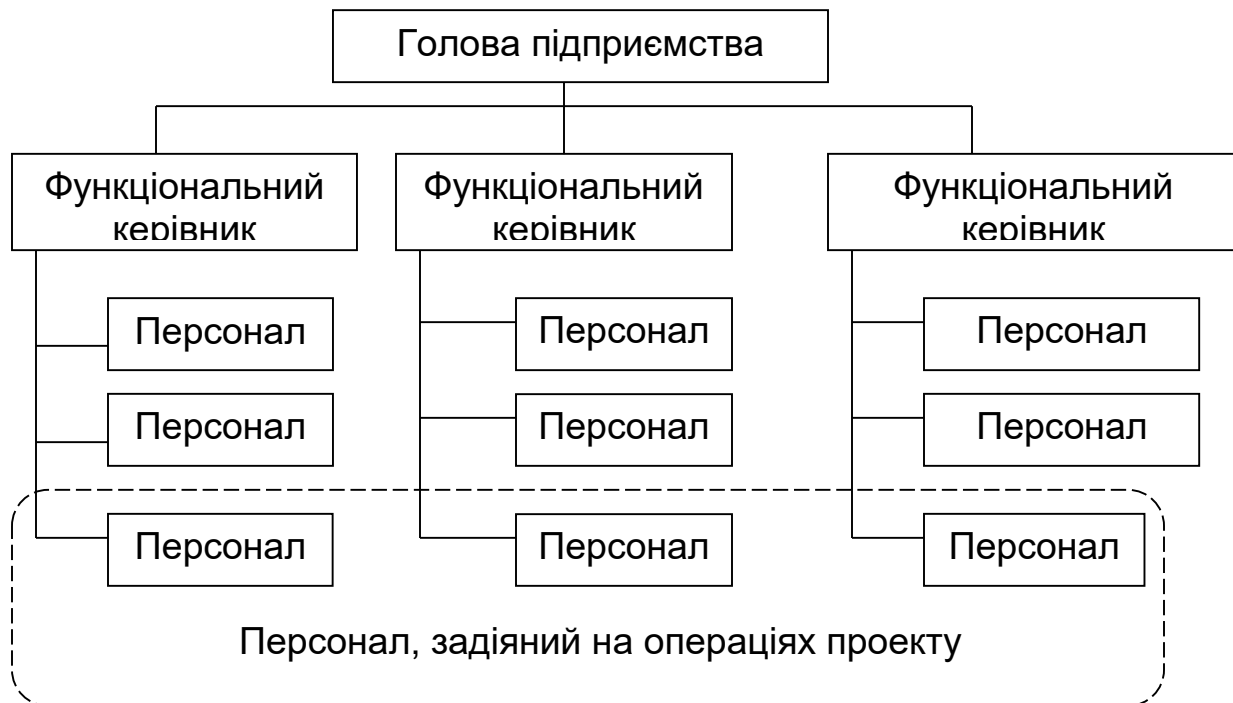


Рис. 4.9. Слабка матрична організаційна структура

Етапи життєвого циклу проекту розвитку підприємства наведено на рисунку 4.10.

Управління проектами здійснюється через виконання процесів управління проектом.

Кожний з таких процесів – це сукупність взаємопов'язаних дій та операцій, що виконуються для отримання продукту, послуги або іншого визначеного результату проекту.

Відповідно до стандартів американського Інституту управління проектами (Project Management Institute), існує 44 процесів управління проектом.

Усі ці процеси об'єднані у шість груп, які називаються групами процесів управління проектом (або групами проектних процесів).

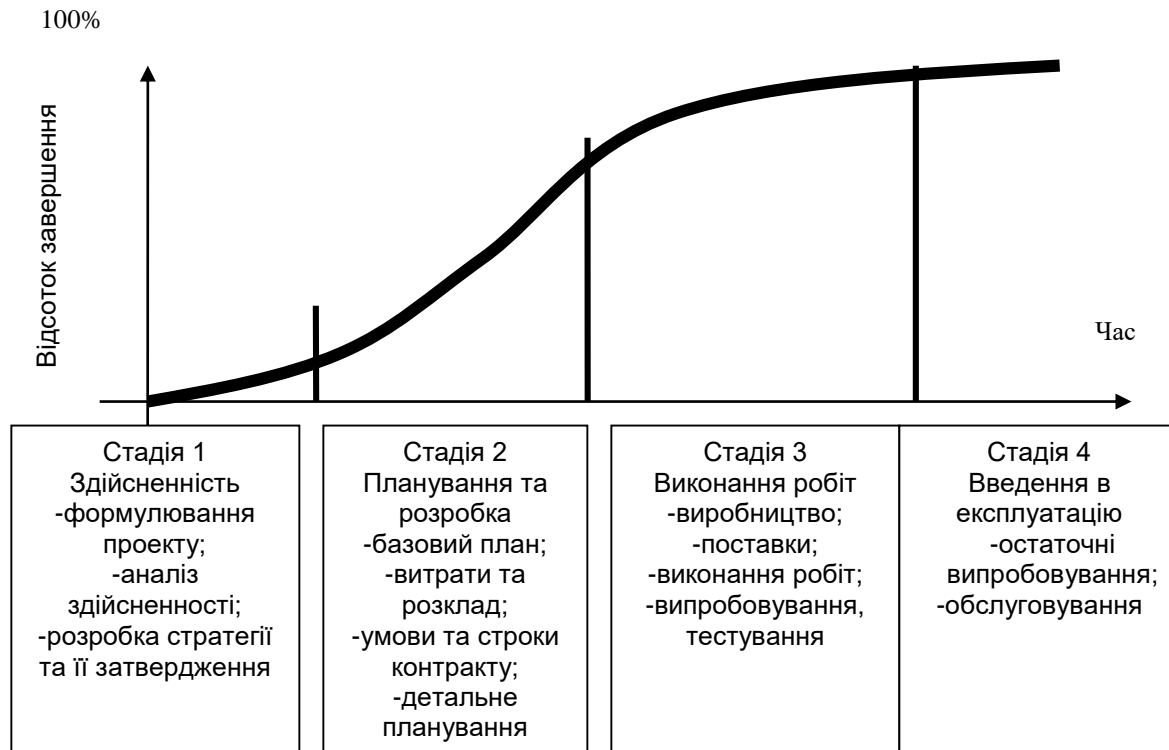


Рис. 4.10. Етапи життєвого циклу проекту розвитку підприємства

Процеси управління проектами пов'язані своїми результатами – результат виконання одного стає початковою інформацією для іншого. Цей взаємозв'язок проілюстрований на рис. 4.11.

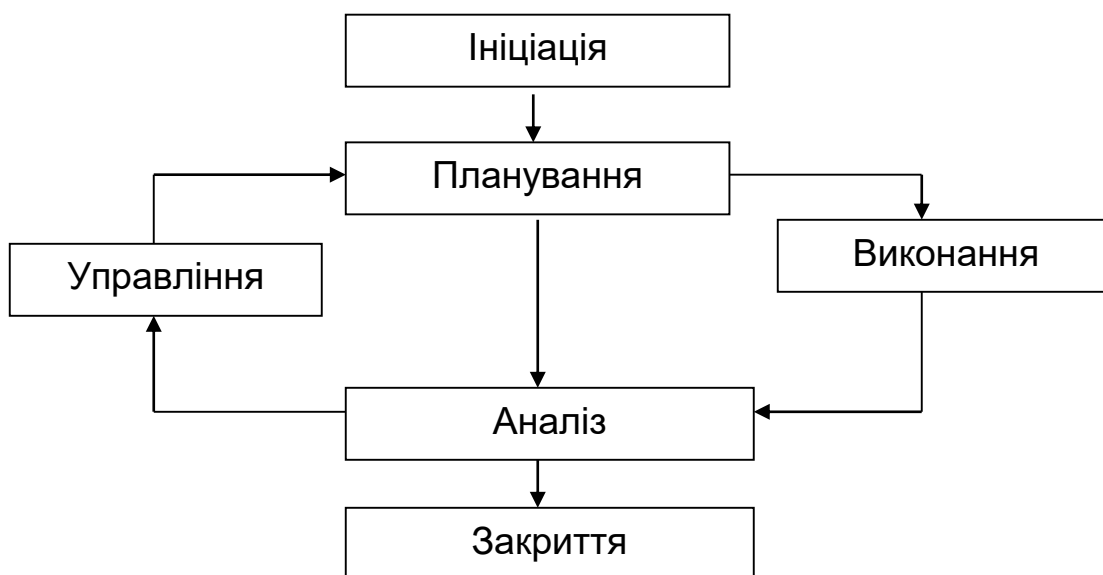


Рис. 4.11. Взаємозв'язок груп процесів управління проектами

Групи процесів управління проектом:

1. Процеси ініціації – прийняття рішення щодо початку виконання проекту.

Процес ініціації містить в собі:

- ідею щодо створення проекту;
- оцінку обґрунтованості проекту (ціноутворення, звітність, ризики);
- розробку укрупненого плану реалізації проекту (укрупнений розклад, вимоги до ресурсів, обсяг і графік фінансування);

- розробку статуту проекту – документу, який фіксує етапи проекту та встановлює необхідні організаційні рамки для ведення проекту з метою формування у куратора та менеджера проекту загального розуміння проекту та його очікуваних результатів. Статут проекту містить в собі: цілі проекту, критерії успіху, ризики, обмеження. Про ці складові уставу мова йшла вище.

- укладення контрактів (договір генпідряду, договір субпідряду, договір на технагляд і таке інше).

Ініціація - перший з компонентів корпоративної системи управління проектами. Загальний склад цієї системи можна побачити з рис. 4.12.

2. Процеси планування – визначення цілей та критеріїв успіху проекту, розробка робочих схем їх досягнення, розробки плану управління проектом, визначення операцій проекту та розробки графіка проекту.



Рис. 4.12. Компоненти корпоративної системи управління проектами

Процес планування містить у собі:

- організаційний план проекту (процедурну модель проекту);
- технічний план проекту (комп'ютерна модель проекту).

Процедурна модель відображає реальну та бажану картину взаємодії внутрішніх та зовнішніх учасників. Її мета – формалізувати процес

управління проектом і розподілити зони відповідальності ключових учасників проекту. Склад процедурної моделі управління проектами (рис. 4.13):

1) бізнес – процеси – ряд логічних взаємопов’язаних задач, націлених на досягнення певних результатів. Їх призначення у тому, щоб ключові учасники проекту були в змозі організувати свою роботу у відповідності з порядком виконання робіт, бачити які підрозділи в цьому приймають участь, які зони відповідальності як підрозділів в цілому, так і відповідальних осіб;

2) рольові інструкції – перелік обов’язків виконавця усередині етапів реалізації проекту.

Вони розробляються для кожного учасника проекту, як зі сторони Замовника, так і Інвестора та Генпідрядника.

3) регламенти взаємодії - перелік функцій виконавців, які взаємодіють у межах етапів проекту з зазначенням вхідних та вихідних результатів, а також строків виконання (табл. 4.3).

4) шаблони звітів: екран виконання робіт; екран ресурсів та механізмів, що використовуються; екран договірної вартості; екран поставки основних матеріалів.

5) система мотивації – заходи, які виконуються на протязі проекту, націлені на стимулювання учасників проекту до певної поведінки.

6) оргструктура управління проектом – документ, який співвідносить ієрархічну структуру робіт проекту з організаційною структурою компанії. Вона допомагає визначати набір функціональних обов’язків та необхідних повноважень на кожному з етапів для кожного з ключових учасників проекту.



Рис. 4.13. Склад процедурної моделі управління проектами

Таблиця 4.3 - Фрагмент регламенту взаємодії

Роль	Функції	Вхідний документ	Вихідний документ	Строк виконання (дні)
Погодження та затвердження договірної ціни				
Генеральний менеджер «Херсонбуд»	Погодження та затвердження. Відповідальний	Договірна ціна (розроблена)	Договірна ціна (затверджена)	3
Інвестор	Погоджує та затверджує	Договірна ціна (розроблена)	Договірна ціна (затверджена)	3
Куратор (головний інженер)	Погоджує	Договірна ціна (розроблена)	Договірна ціна (затверджена)	3

Фрагмент організаційної структури проекту для етапу: будівельно – монтажні роботи (передання та підготовка будівельного майданчика) можна бачити на рис. 4.14.

б) такі складові процедурної моделі проекту, як типові договори, типові ризики та устав проекту були розглянуті вище.

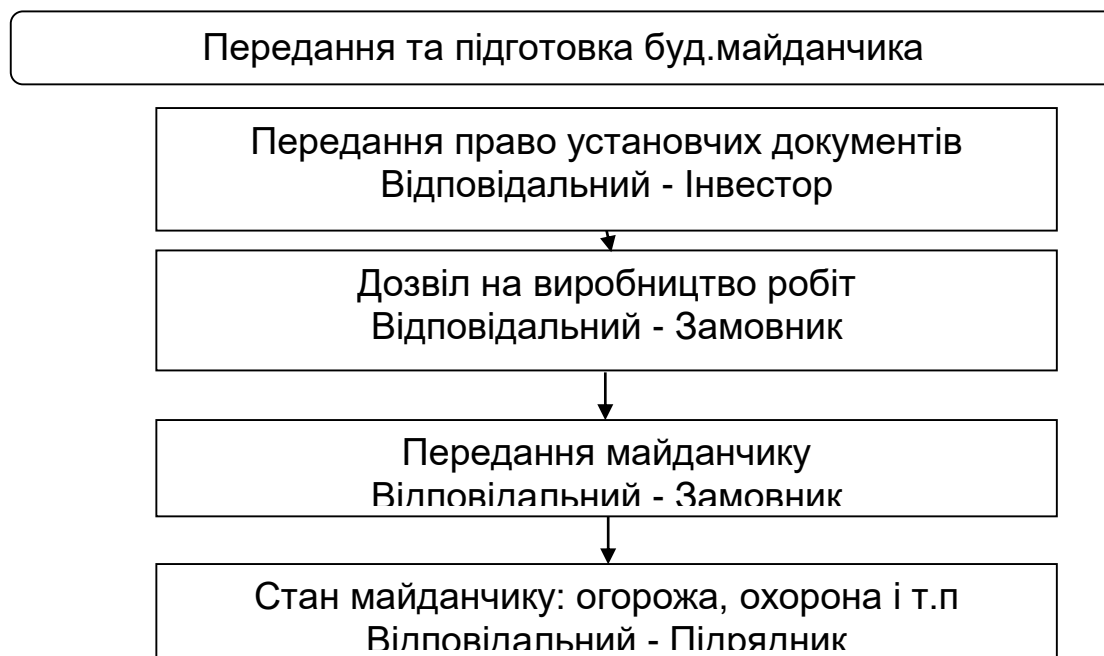


Рис. 4.14. Фрагмент оргструктури проекту

Технічний план проекту (комп'ютерна модель) – модель реалізації проекту, описана за допомогою спеціальних засобів програмного забезпечення.

Вона повинна містити наступну інформацію:

- план виконання робіт (перелік робіт) з плановими обсягами;
- взаємозв'язки робіт, послідовність виконання робіт;
- ресурси, що використовуються (у тому числі й механізми);
- загрузка ресурсів;
- матеріали, що використовуються;
- вартісні характеристики ресурсів, механізмів, матеріалів, операцій;
- планова собівартість (бюджет проекту);
- графік поставки основних матеріалів;
- графік фінансування проекту.

3. Процеси виконання – координація людей та інших ресурсів для виконання плану. Процеси виконання містять в собі облік виконання, тобто збір та розподіл інформації про використання ресурсів для досягнення поставлених цілей між учасниками проекту. Інформація надається у вигляді звітів.

У якості складових звіту застосовують:

- звіт про виконання робіт;
- звіт про поставку матеріалів на об'єкт;
- звіт про використання матеріалів;
- звіт про фінансування та таке інше.

Успішне впровадження системи управління проектами пов'язане з певною організаційною перебудовою та з впровадженням спеціалізованих програмних засобів. Але ідеальної програми для автоматизації управління проектами, яка б задовольняла всім без винятків вимогам підприємства не існує.

4. Процеси аналізу – визначення відповідності плану та виконання проекту встановленим цілям та критеріям успіху, прийняття рішень щодо необхідності використання коригуючих впливів. Аналіз виконується аналітичною службою та містить в собі аналіз план – фактних відхилень складених на базі поданих звітів. Процеси аналізу складаються з аналізу план – фактних відхилень за різні періоди (тиждень, місяць, весь строк проекту):

- виконання робіт;
- заключення контрактів;
- поставці матеріалів;
- фактично використаних матеріалах;
- фінансування.

Необхідність аналізу – в виявленні основних відхилень від календарних планів та в визначенні заходів, необхідних для компенсації наслідків затримок .

5. Процеси управління – визначення необхідних коригуючих впливів, їх погодження, затвердження та використання. Основними важелями управління є ресурси та цілі проекту. Так, наприклад, скорочення строків виконання деякої фази проекту може бути досягнуто:

- завдяки призначенню додаткових ресурсів;
- в результаті зміни графіков роботи ресурсів, що використовуються.

Управління також можливе завдяки використанню новітніх технологій (це як правило призводить до необхідності повного повторення всіх процесів планування тому, що змінюються цілі проекту, його ієрархічна структура, необхідні ресурси і т.д.) та в результаті зміни послідовності виконання операцій (наприклад, виконання паралельно операцій, які звичайно виконуються послідовно має вигоду від скорішого виконання проекту, але й містить у собі значний ступінь ризику).

6. Процеси завершення - процеси формального закінчення всіх операцій у проекті, фази проекту та передачі закінченого продукту іншим сторонам або закриття скасованого проекту. Під час цих процесів виконується приймання продукту, послуги або результату проекту (його фази). У нашому прикладі – це проведення державної комісії та введення житлового будинку в експлуатацію.

Процеси завершення містять в собі підтвердження повного та точного виконання умов контрактів та архівування документації для подальшого використання.

Архіви зазвичай містять:

- протоколи нарад;
- накази та розпорядження;
- креслення, проектну документацію;
- кошторисну документацію;
- звіти про виконані роботи.

Вимоги й процедури формальної прийомки й закриття контрактів зазвичай включаються до умов контрактів.

Керівники проектів відповідають за три аспекти реалізації проекту: строки, витрати та якість результату. У відповідності з загальноприйнятим принципом управління проектами, вважається, що ефективне управління строками робіт є ключом до успіху по всіх трьох показниках. Часові обмеження проекту часто є найбільш критичними. Там, де строки виконання проекту серйозно затримуються, очевидними наслідками є перевитрата засобів та недовіра висока якість робіт. Тому у більшості методів управління проектами основний акцент робиться на календарному плануванні робіт та контролі за дотриманням календарного графіку.

Система контролю виконання робіт, яка є складовою корпоративної

системи управління проектами разом зі спеціальним програмним забезпеченням дає можливість виявити нестиковки технологічного ланцюга та ризики, пов'язані з неуспішним виконанням проекту.

Однією з умов зниження ризиків є розрахунок реалістичних строків й вартості проектів розвитку з урахуванням виявлених ризиків.

Для цього передбачається створення кількох моделей здійснення проекту: оптимістичної, песимістичної та реалістичної (найбільш імовірної).

Оптимістичний сценарій не містить ризиків. Він дає можливість побачити, як швидко буде реалізований проект розвитку, якщо все піде так, як заплановано. Ця модель демонструє мінімальний час виконання проекту розвитку. Швидше можна зробити роботу, тільки порушивши технологію.

Песимістична містить ризики з оцінкою грошового виразу 16 – 80% відхилень за бюджетом. Ця модель показує, що буде із проектом розвитку, якщо все піде не так: узгодження затягнутися, роботи перероблятися.

На основі цих моделей складається реалістична, що згодом і стає планом робіт. Вона розраховується автоматично за допомогою спеціальних програм які дозволяють побачити не тільки оптимальні строки виконання робіт, але і їхню собівартість, що дає можливість для маневру, торгу при підписанні контракту.

Отже, корпоративна система управління проектами – це система управління проектами, яка містить в собі правила та процедури управління проектами розвитку підприємств, а також засоби автоматизації, планування й контролю виконання проектів розвитку.

Управління проектами розвитку підприємств підкоряється чіткій логіці, яка пов'язує між собою різноманітні області знань та процеси управління проектами.

Основними інструментами системи управління проектами розвитку підприємств є :

1. Команда управління проектом розвитку.
2. Процедурні моделі;
3. Програмне забезпечення для управління проектами розвитку;

Команда управління проектом розвитку підприємства – члени команди проекту, безпосередньо зайняті в управлінні його операціями.

Для чіткого розмежування обов'язків та повноважень команди у проект передбачені рольові інструкції та регламенти взаємодії.

Виконання додаткових обов'язків тою часткою організаційних ресурсів, які в результаті впровадження корпоративної системи управління створюють команду проекту розвитку підприємства, зумовлює зміну організаційної структури підприємства.

Таким чином, проблеми економічного розвитку підприємств в Україні є

надзвичайно гострими та актуальними. Їх розв'язання стане реальним за умови наявності нормативно-правової бази, яка б стимулювала роботу усіх сфер і галузей народногосподарського комплексу, а також запровадження принципово нового інвестиційного механізму, що забезпечував би надходження до сфери економіки коштів з різноманітних джерел фінансування: державних, приватних, іноземних, комерційних.

Запропонований алгоритм використання засобів управління проектами для забезпечення економічного розвитку підприємств в Україні набуває особливої актуальності у умовах нестабільності ринкового середовища, котра характерна на теперішньому етапі розвитку для більшості країн світу.

Всі заходи доцільно будувати на чіткій, збалансованій загальнодержавній програмі, яку б суб'єкти влади і господарської діяльності втілювали в життя як пріоритетний напрям економічної політики Української держави.

РОЗДІЛ 5 РЕАЛІЗАЦІЯ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РЕГУЛЮВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ І РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ НЕСТАБІЛЬНОГО ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА

5.1 ПРИНЦИПИ ТА МЕТОДИ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Конкурентоспроможність підприємства є багатоскладним поняттям та містить в собі різні сторони його діяльності, інформація про яку не завжди має кількісне значення, а частіше має описовий характер. Більшість методів визначення конкурентоспроможності мають різні обмеження щодо їх використання, що обумовлено різними підходами до оцінки, використанням різних показників, що характеризують конкурентоспроможність підприємства. Тому актуальним є дослідження принципів та методів оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємства як складової його розвитку.

Значний внесок у дослідження теоретичних проблем конкурентоспроможності підприємства зроблено такими вченими, як М. Портер, І. Ансофф, Р.А. Фатхутдинов, В.Д. Базилевич, Я.Б. Базиліук, ЗС. Варналій, В.М. Геєць, Б.Є. Кваснюк, А.С. Філіпенко та ін. Разом з тим, ряд методичних питань вимагає подальшої розробки, а саме: обґрунтування принципів та методів оцінки конкурентоспроможності, вибір показників її оцінки.

Будь-яка система повинна ґрунтуватися на врахуванні певних наукових принципів. На сьогоднішній день склад наукових принципів, якими необхідно керуватися на підприємстві при створенні системи оцінки його конкурентоспроможності в науковій літературі представлений не в повному обсязі. Для заповнення цієї прогалини ми пропонуємо досить повний перелік таких принципів.

Оцінку та формування конкурентоспроможності підприємств доцільно здійснювати за допомогою таких принципів: множинності, комплексності, одномоментності, ієрархічності, еквіфінальності, емергентності, комунікативності, необхідної різноманітності, реальності, коректності, відносності, креативності, стабільності, адаптивності, однаковості [233, с. 100-103]. Характеристика цих принципів наведена у табл. 5.1.

Таблиця 5.1 - Характеристика принципів формування конкурентоспроможності підприємств

Принципи	Характеристика
Множинності	За допомогою якого-небудь одного ключового чинника конкуренції, нехай і найважливішого, неможливо досягти найбільш високого рівня конкурентоспроможності підприємства серед аналогічних йому.
Комплексності	Найбільшій за величиною інтегральній числовій оцінці ключових чинників конкуренції відповідає гранично високий рівень конкурентоспроможності підприємства.
Одномоментності	Відображає той факт, що певний розрахунковим шляхом досягнутий підприємством рівень конкурентоспроможності відповідає цілком певному періоду. З плином часу цей рівень конкурентоспроможності змінюється.
Ієрархічності	Означає, що система оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства повинна розглядатися як частина великої системи. У якості такої може бути система стратегічного управління конкурентоспроможністю підприємства.
Еквіфінальності	Проявляється в цілком певних можливостях підприємства, відповідних даному періоду, досягненні гранично високого рівня конкурентоспроможності без залучення додаткових інвестицій.
Емергентності	Суть його виявляється в можливості отримання додаткового економічного ефекту (синергетичний ефект), обумовленого одночасним досягненням більш високих числових значень усіма ключовими чинниками, що враховуються при оцінці рівня конкурентоспроможності підприємства, в порівнянні із забезпеченням досить високих індивідуальних їх величин.
Комунікативності	Означає, що система оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства повинна розглядатися як підсистема, що входить до складу системи більш високого рівня.
Різноманітності	В реальній практиці може бути запропоновано певна кількість варіантів стратегій досягнення підприємством більш високого рівня.
Реальності	Його суть полягає в необхідності проектування такої системи оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства, яка була б здійснена в умовах найбільш ефективного використання всіх необхідних ресурсів, які використовуються для даного виду бізнесу, і в цілком певний час.

**Розвиток підприємства в умовах нестабільного зовнішнього середовища:
управління, реалізація та перспективи: монографія**

Принципи	Характеристика
Коректності	Означає, що оцінка рівня конкурентоспроможності повинна здійснюватися щодо тих суб'єктів ринку, які характеризуються необхідною та достатньою схожістю (подібністю). Ця схожість поширюється на всі основні ключові чинники, які враховуються при визначенні числових оцінок рівня конкурентоспроможності підприємства.
Відносності	Його сенс полягає в тому, що підприємство, яке є найбільш конкурентоспроможним в даному сегменті регіонального ринку, таким не є в масштабі національної економіки або світового ринку.
Креативності	Його суть полягає в тому, що дії підприємств-конкурентів складаються з розроблювального додаткового комплексу заходів, спрямованих на створення нових компонентів ринкових відносин, які забезпечували б істотну перевагу над суперниками. Це можуть бути нова продукція (послуга), передові технології та організація виробництва, найбільш ефективні методи розподілу, і збуту тощо. Основною ознакою є прагнення суб'єктів ринку до забезпечення значної зміни існуючої структури попиту та пропозиції.
Стабільності (гарантованості)	Передбачає необхідність робити потрібні заходи, щоб зберегти та стабілізувати на досить тривалу перспективу, досягнуто підприємством конкурентну позицію (конкурентний статус) на цільовому ринку. Це досягається за допомогою підвищення якості продукції (послуг), використання відповідної цінової політики, розробки плану випуску продукції, що користується у покупців підвищеним попитом, або складом виконуваних робіт, впровадженням інноваційних новітніх змін у виробництво, наданням додаткових послуг, пов'язаних з гарантійним обслуговуванням об'єкта продажу
Адаптивності	Наявність сприятливих можливостей у підприємства оперативно реагувати на зміни, що відбуваються в макро- і мікросередовищі. Це реагування пов'язано з виникненням різного виду загроз та необхідності розробки ефективної системи заходів щодо їх нейтралізації.
Однаковості	Означає необхідність використання для різних показників, які будуть обрані в якості основи розрахунку конкурентоспроможності підприємства, єдиних форм подання, що забезпечить в результаті порівнянності цих показників по підприємствах стратегічної конкурентної групи.

Підвищенню конкурентоспроможності підприємства на ринку сприяє також реалізація таких принципів:

- націленість всіх та кожного окремого працівника на дію, на продовження розпочатої справи;
- близькість підприємства до клієнта;
- створення творчої атмосфери на підприємстві;
- зростання продуктивності завдяки використанню здібностей працівників та їх бажання працювати;
- демонстрація важливості загальних для підприємства цінностей;
- вміння наполягати на своїй думці;
- простота організації, мінімум рівнів управління та адміністративного персоналу;
- вміння бути одночасно м'яким та жорстким; вміння тримати під жорстким контролем найбільш важливі проблеми та передавати підлеглим менш важливі.

В Україні немає поки єдиної загальноприйнятої методики оцінки рівня конкурентоспроможності підприємств. Підприємства, що визначають конкурентоспроможність, розраховують її на основі власних розробок, а методи оцінки конкурентоспроможності, що використовуються, залишаються невідомими для інших підприємств. Встановити достовірність результатів розрахунків, виконаних на різних підприємствах різними методами, неможливо. Тому, на наш погляд, доцільно узагальнити методи оцінки конкурентоспроможності підприємств, що існують в зарубіжній та вітчизняній практиці, які можуть бути об'єктивною основою оцінки конкурентоспроможності та порівняльності результатів по різних підприємствам. Ці методи можуть бути об'єднані в дві групи.

Відповідно до першої групи методів, конкурентоспроможність підприємства зводиться до визначення конкурентоспроможності продукції, що ним випускається, а відповідно з другою групою методів – до вибору системи показників (економічних, фінансових, інвестиційних, соціальних тощо), встановлення їх числових оцінок та на їх основі отримання інтегральної оцінки. Першу групу методів треба визнати малообґрунтованою, оскільки на конкурентоспроможність підприємства впливає безліч різних за економічною, фінансовою та соціальною природою чинників. Другу групу методів можна визнати більш обґрунтованою, оскільки вона ґрунтується на системному підході до вирішення складної економічної проблеми.

Зарубіжний досвід оцінки конкурентоспроможності підприємств за допомогою різних індексів представлений в табл. 5.2.

Таблиця 5.2 - Світові рейтинги оцінки конкурентоспроможності підприємств (фірм) за допомогою різних індексів

Позначення рейтингу, індексу	Найменування
Рейтинг WEF (World Economics Forum)	Всесвітній економічний форум
Індекс GCL (Growth Competitiveness Index)	Індекс перспективної конкурентоспроможності, що оцінює перспективи економічного зростання на 5-8 років (Методологія Джеффри Сакса)
Індекс MCI (Microeconomic Competitiveness Index)	Індекс мікроекономічної конкурентоспроможності, що оцінює рівень розвитку компаній та поточний діловий клімат (Методологія М. Портера)
Рейтинг IMD (Institute of Management Development)	Методика інституту розвитку управління, Швейцарія

Відомі з наукової літератури методи оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства, як було зазначено вище, засновані на визначенні певного набору показників та подальшому їх інтегруванні. Наприклад, Таран В.А. [216] в якості основних показників конкурентоспроможності підприємства пропонує використовувати:

1) економічний потенціал та ефективність діяльності (активи, основний капітал, власний та позиковий капітал, обсяг продажів, частка на ринку, прибуток);

2) рівень управління (форми організації та досвід функціонування елементів господарського механізму з позиції нововведень та відповідальності);

3) виробничий та збутової потенціали, що вказують на можливість підприємства проводити й реалізовувати ту чи іншу продукцію в необхідних кількостях в необхідні терміни (наявність сировинної бази; виробничі та збутові потужності; обсяг та напрями капіталовкладень, що визначають виробничу політику);

4) науково-дослідний потенціал (організація та напрями наукових досліджень, щорічні витрати на НДДКР, число патентів на винаходи, область патентознавства, оцінка можливості заняття підприємством монопольного становища в якійсь галузі техніки);

5) фінансовий стан (платоспроможність, конкурентоспроможність та умови кредитування, структура капіталу – відношення власного капіталу до загальної суми активів);

6) репутація підприємства, його ринкова стратегія, інноваційна

діяльність;

7) стан та кваліфікація трудових ресурсів.

У своїй роботі Таран В.А. не відобразив способи визначення кількісної оцінки таких трактувань, як «досвід функціонування елементів господарського механізму з позиції нововведень та відповідальності», «збутові потужності», «напрямки капіталовкладень», «організація та напрямки наукових досліджень», «область патентознавства», «репутація підприємства, його ринкова стратегія, інноваційна діяльність», «стан та кваліфікація трудових ресурсів».

Не маючи способів отримання числової оцінки для перерахованих вище категорій, неможливо визначити й рівень конкурентоспроможності підприємства. З цієї причини автор, очевидно, і не наводить метод визначення інтегрованої оцінки конкурентоспроможності підприємства.

Використовуючи закордонний досвід, свою методику визначення конкурентоспроможності підприємств запропонувала Шальмінова А.С. [247]. Автор пропонує оцінювати конкурентоспроможність підприємств за допомогою показників:

- 1) ефективність виробничої діяльності підприємства;
- 2) фінансовий стан підприємства;
- 3) ефективність організації збуту та просування товару;
- 4) конкурентоспроможність товару;
- 5) ефективність інноваційного процесу.

Інтегральний показник конкурентоспроможності підприємства автор розраховує за допомогою методу, названого теорією бажаності. Узагальнений показник конкурентоспроможності підприємства (K) рекомендується розраховувати за допомогою середньої геометричної зваженої:

$$K = (\alpha_1 + \alpha_2 + \alpha_3 + \alpha_4 + \alpha_5) \sqrt{e_1 \alpha_1 * e_2 \alpha_2 * e_3 \alpha_3 * e_4 \alpha_4 * e_5 \alpha_5} , \quad (1)$$

де $\alpha_1, \alpha_2, \alpha_3, \alpha_4, \alpha_5$ – коефіцієнти вагомості показників ефективності;

e_1, e_2, e_3, e_4, e_5 – окремі показники ефективності діяльності підприємства.

Відомо, що сума всіх коефіцієнтів вагомості ($\alpha_1, \alpha_2, \alpha_3, \alpha_4, \alpha_5$) повинна дорівнювати одиниці. У такому випадку, наведена вище формула повинна бути визнана некоректною, оскільки зникає поняття квадратного кореня.

У разі рівності всіх коефіцієнтів вагомості наведена вище формула перетвориться до виду простої середньої геометричної. Але в практиці рівність всіх коефіцієнтів між собою не зустрічається, тому цей метод не дасть об'єктивного результату.

У роботі Целікової Л.В. [239] запропонована методика оцінки

конкурентоспроможності підприємства за допомогою показників, згрупованих у наступні вісім груп:

- 1) показники ліквідності та платоспроможності;
- 2) показники ринкової стійкості;
- 3) показники рентабельності результатів фінансово-господарської діяльності;
- 4) показники оцінки рентабельності використання організаційно-управлінського потенціалу;
- 5) показники оцінки комерційної активності;
- 6) показники оцінки конкурентоспроможності товару;
- 7) показники оцінки якості торговельного обслуговування;
- 8) імідж системи.

Показники, зазначені в пунктах 3, 4, 5, мають формулювання, відмінні від загальноприйнятих, тому вони потребують детального опису. Складною є проблема зведення ряду показників (пункти 3, 4, 5 і 6) до відповідних одиничних, які згодом використовуються автором при розрахунку конкурентоспроможності підприємства. Однак і ця проблема не отримала належного висвітлення. Не розкрита автором і методика оцінки іміджу підприємства, що необхідно було б зробити з такої причини. На сьогоднішній день відомі різні методики визначення іміджу, кожній з яких властиві певні недоліки. Яку з цих методик пропонує автор до використання, залишається незрозумілим. У таких умовах визначити похибку розрахунків неможливо.

Інтегральний показник конкурентоспроможності підприємстві Л.В. Целікова рекомендує розраховувати за формулою:

$$K = \sqrt{A_1^2 + A_2^2 + \dots + A_{ij}^2}, \quad (2)$$

де K_{ij} – рівень конкурентоспроможності продукції даного суб'єкта ринку та інших j -х конкурентів;

A_1, A_2, \dots, A_{ij} – одиничні показники оцінки конкурентоспроможності продукції даного суб'єкта ринку та інших j -х конкурентів.

Як бачимо, знову конкурентоспроможність підприємства та конкурентоспроможність продукції визнаються синонімами. Про необґрунтованість такого підходу раніше вже зазначалося.

Захарченко В.І. [75] рекомендує визначати рівень конкурентоспроможності підприємств за чотирма групами чинників: продукції, ціною, каналам збуту та просування продукції на ринок. При цьому в кожній групі чинників наводиться велика кількість різних за суттю показників. Далі автор пропонує оцінити кожну групу чинників в балах.

Однак, як це робити, автор не розкриває. Разом з тим, це принципове питання, від вирішення якого значною мірою залежить достовірність підсумкових розрахунків та остаточних висновків.

Отримані за чинниками конкурентоспроможності бали далі підсумовуються. Чим більшу кількість балів у даного підприємства, тим вище його рівень конкурентоспроможності. З таким підходом можна погодитися, якщо бали в групах чинників визначатимуть висококваліфіковані експерти, які гарантують достовірність цих балів по кожному чиннику.

Феоктістова Т.В. та В.А. Ільїна [230] пропонують оцінювати конкурентоспроможність підприємства ($K_{пр}$) за допомогою регресійногорівняння, заснованого на шести окремих показниках. У якості головного показника, що визначає рівень конкурентоспроможності підприємства ($K_{пр}$) обраний показник, що характеризує витрати на одиницю вартості товарної продукції. Рівняння регресії має вигляд:

$$K_{пр} = 1,015 + 4,536 K_{шл} - 3,332 K_{вл} - 2,748 K_{свз} - 2,248 K_{м} + 2,375 K_{оба} - 4,596 R_{ек} \quad (3)$$

де $K_{шл}$ – коефіцієнт швидкої ліквідності;

$K_{вл}$ – коефіцієнт власної платоспроможності;

$K_{свз}$ – коефіцієнт співвідношення власних і залучених коштів;

$K_{м}$ – коефіцієнт маневреності власного капіталу;

$K_{оба}$ – коефіцієнт оборотності активів;

$R_{ек}$ – рентабельність власного капіталу.

Шість показників, що входять в рівняння регресії, на думку авторів, пояснюють 90,6% варіацій результуючого показника конкурентоспроможності підприємства.

Щодо показників, включених в регресійне рівняння, необхідно вказати на наступне:

- коефіцієнт швидкої ліквідності відноситься до досить великої групи показників ліквідності. У цю групу крім названого коефіцієнта входять: величина чистого оборотного капіталу; коефіцієнт поточної ліквідності; коефіцієнт абсолютної ліквідності; маневреність функціонуючого капіталу; коефіцієнт покриття; коефіцієнт, що відображає частку оборотних коштів в активах; коефіцієнт, що відображає частку виробничих запасів в поточних активах; коефіцієнт, що відображає співвідношення позикових і власних коштів; коефіцієнт маневреності власних оборотних коштів. Будь-яких аргументів про переваги рекомендованого показника (коефіцієнта) перед іншими показниками автори не наводять;

- показник (коефіцієнт) власної платоспроможності неможливо або дуже складно визначити. Справа в тому, що в групі показників

платоспроможності присутні сім показників: коефіцієнт, що відображає відношення сумарних зобов'язань до активів; коефіцієнт, що відображає відношення довгострокових зобов'язань до активів; коефіцієнт, що відображає відношення довгострокових зобов'язань до необоротних активів; коефіцієнт, фінансової незалежності; коефіцієнт покриття відсотків або захищеності кредиторів; коефіцієнт покриття боргу; коефіцієнт покриття боргу грошовим потоком, які термінологічно не збігаються з тим, що пропонують автори;

- коефіцієнт співвідношення власних і залучених коштів відноситься до групи показників ліквідності;

- коефіцієнт маневреності власного капіталу належить до групи показників фінансової стійкості;

- коефіцієнт оборотності активів відноситься до групи ділової активності;

- рентабельність власного капіталу належить до групи показників рентабельності.

Так, в складі рекомендованих показників одночасно присутні показники, що відносяться до різних груп: до фінансових та економічних показників, що не можна визнати коректним внаслідок різної їх природи.

Широко поширеним універсальним методом оцінки конкурентоспроможності підприємств є метод, запропонований Максимовою І. [134], який заснований на розрахунку системи показників, що відображають ефективність виробничо-комерційної діяльності конкретного підприємства, розрахунку показника конкурентоспроможності товару, виробленого підприємством та розрахунку інтегрального (загального) показника конкурентоспроможності підприємства.

Загальний показник конкурентоспроможності підприємства при цьому визначається за формулою:

$$KKП = 0,15Eв + 0,29Фс + 0,23Ез + 0,33Кт, \quad (4)$$

де *KKП* – загальний показник (коефіцієнт) конкурентоспроможності підприємства;

Eв – значення критерію ефективності виробничої діяльності підприємства;

Фс – значення критерію фінансового стану підприємства;

Eз – значення критерію ефективності організації продажів (збуту) і просування товару на ринку;

Кт – значення показника конкурентоспроможності товару;

0,15; 0,29; 0,23; 0,33 – коефіцієнти вагомості критеріїв, отримані експертним шляхом.

$$Eв = 0,3 / \text{в-ва на одиницю продукції} + 0,19Фв + 0,40P_{\text{продукції}} + 0,10ПП, \quad (5)$$

де E_6 – критерій ефективності виробничої діяльності підприємства;
 $I_{6-ва}$ на одиницю продукції – відносний показник витрат виробництва на одиницю продукції;

Φ_6 – відносний показник фондівіддачі;

$R_{продукції}$ – відносний показник рентабельності товару;

$ПП$ – відносний показник продуктивності праці;

0,31; 0,19; 0,40; 0,10 – коефіцієнти вагомості показників.

$$\Phi_6 = 0,29K_{авт.} + 0,20K_{заг.лік.} + 0,36K_{покр.} + 0,15K_{обор.об.к} \quad (6)$$

де $K_{авт.}$ – відносний показник автономії підприємства;

$K_{заг.лік.}$ – відносний показник загальної ліквідності підприємства;

$K_{покр.}$ – відносний показник покриття підприємства;

$K_{обор.об.к.}$ – відносний показник оборотності оборотних коштів;

0,29; 0,20; 0,36; 0,15 – коефіцієнти вагомості показників.

$$E_3 = 0,37R_{продажу} + 0,29K_{зеп.} + 0,21K_{зав.вл} + 0,14K_{еф.рекл.} \quad (7)$$

де E_3 – критерій ефективності організації продажів (збуту) і просування товару;

$R_{продажу}$ – відносний показник продажів;

$K_{зеп.}$ – відносний показник затовареності готовою продукцією;

$K_{зав.вл}$ – відносний показник завантаження виробничих потужностей;

$K_{еф.рекл.}$ – відносний показник ефективності реклами та засобів стимулювання збуту;

0,37; 0,29; 0,21; 0,14 – коефіцієнти вагомості показників.

На думку Кваско А.В., ключовими методами оцінювання конкурентоспроможності підприємства є методи, в основі яких лежить життєвий цикл товару, частка ринку, теорія ефективної конкуренції, конкурентна перевага, оцінка конкурентоспроможності продукції тощо [84].

Фатхутдинов Р.А. пропонує оцінювати конкурентоспроможність організації – в статичі і в динаміці [212]. У статичі при її оцінці повинні бути враховані: конкурентоспроможність кожного виду товару на певному ринку; частка обсягу продажів цього товару на даному ринку в загальному обсязі продажів підприємства; значущість даного ринку, на якому продається даний вид товару. «Конкурентоспроможність товарів та послуг визначається їх питомою вагою в загальному обсязі товарної продукції підприємства, а також ефективністю виробничої і соціально-економічної діяльності підприємства» [23, с. 70]. На даний момент Фатхутдиновим Р.А. не наведено підходу до оцінки конкурентоспроможності підприємства в динаміці.

Булах І.В., Надтока Т.Б. пропонують для оцінки конкурентоспроможності підприємства використовувати метод, що передбачає проведення (визначення) окремої оцінки на поточний період (тактичної

конкурентоспроможності); оцінки спроможності підприємства створювати, розвивати, утримувати конкурентні переваги, протистоячи загрозам або використовуючи можливості зовнішнього середовища (конкурентостійкості), що забезпечить в майбутньому конкурентоспроможність підприємства (стратегічну конкурентоспроможність) [22].

Отже, за результатами проведеного аналізу методів визначення рівня конкурентоспроможності підприємства вони умовно можуть бути об'єднані в дві групи.

Перша група методів виходить з необхідності визначення рівня конкурентоспроможності підприємства за конкурентоспроможністю вироблених товарів. Принциповий недолік даної групи методів полягає в односторонньому підході до вирішення складної багатоаспектної проблеми. Наявні в зв'язку з цим додаткові проблеми не висвітлюються. Будь-яке підприємство випускає різні вироби (виконує різні послуги), які характеризуються суттєво різним рівнем конкурентоспроможності. У якості основного орієнтира обирати товари з найбільш високим рівнем конкурентоспроможності при визначенні конкурентоспроможності підприємства зазвичай недоцільно, так як їх обсяг в загальному обсязі випуску продукції (надання послуг), як правило, порівняно невеликий. Визначати рівень конкурентоспроможності підприємства по товарах із середнім рівнем конкурентоспроможності також недоцільно, оскільки в подібному випадку ігноруються зазвичай численна група товарів з невисоким рівнем конкурентоспроможності та обмежена група товарів з досить високим рівнем конкурентоспроможності.

Друга група методів базується на використанні зазвичай неструктурованого набору показників (економічних, фінансових тощо), кількість яких може досягати 80. Отримати у підприємств-конкурентів у повному обсязі числові оцінки по настільки великій кількості показників практично неможливо. Крім того, частина з цих показників здійснює непрямої, а опосередкований вплив на рівень конкурентоспроможності підприємства, тобто вони не є ключовими. Отже, вони повинні бути виключені з розгляду або, в крайньому випадку, враховані особливим чином.

У практиці оцінки конкурентоспроможності підприємств доцільно дотримуватися одного методу, вихідна інформація по якому доступна.

Питання оцінювання конкурентоспроможності підприємства потребують більш детального вивчення, оскільки невирішеними залишаються проблеми вибору методу оцінки та набору чинників конкурентоспроможності підприємства.

5.2. УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА В

УМОВАХ НЕСТАБІЛЬНОГО ВНУТРІШНЬОГО ТА ЗОВНІШНЬОГО БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩА

Актуальність теми дослідження пов'язана з тим, що в сучасних умовах господарювання вітчизняні підприємства функціонують у нестабільному внутрішньому та зовнішньому бізнес-середовищі із високим ступенем невизначеності та ризику прийняття рішень. На сьогоднішній день необхідність забезпечення стабільного розвитку та конкурентоспроможності вітчизняних підприємств стимулює підприємців та менеджерів до пошуку ефективних систем та методів управління господарською діяльністю.

Застосування наукових напрацювань з питань управління конкурентоспроможністю підприємства є основою для забезпечення ефективного розвитку суб'єктів господарювання всіх форм власності. Підвищення ефективності господарської діяльності повинно базуватися на досконалому вивченні та опрацюванні сутності й основних складових конкурентоспроможності підприємства [132, с. 114].

Аналіз попередніх досліджень свідчить, що практично всі дослідники теоретико-методологічних засад конкуренції, конкурентних переваг та конкурентоспроможності підприємства, а також теорії оцінки та управління конкурентоспроможністю займаються пошуком ефективної системи управління, що сприяла би швидкому реагуванню господарюючого суб'єкта на зміну внутрішнього і зовнішнього бізнес-середовища, адаптації підприємства до нових умов господарювання в умовах нестабільного зовнішнього середовища. Дослідженням проблематики та визначенням сутності конкурентоспроможності підприємства займалися такі провідні науковці і практики усього світу, як Г. Азоєв [2, 3, 4], А. Бондаренко [16], Ю. Бурик [163], Б. Буркинський [24], Т. Бурцева, В. Сизов, О. Цень [25], Ю. Василькова [29], А. Градов [49], М. Єрмолов [70], Г. Кіперман [86], С. Клименко [92], Г. Копосов [133], М. Круглов [108], А. Маршалл [138], І. Піддубний [180], М. Портер [190], Д. Рікардо [199], С. Светуньков [78], Г. Скударь [206], А. Сміт [207], Н. Тюхтенко [320], Р. Фатхутдінов [225], В. Хруцький, І. Корнеєва [238], М. Шарко [250] та інші науковці. Незважаючи на вагомий напрацювання, залишаються проблеми, що потребують спеціального наукового аналізу. Теоретичний базис управління конкурентоспроможністю підприємства сьогодні вимагає більш детальної розробки та осмислення із урахуванням специфічних особливостей діяльності та адаптації підприємств до нових умов господарювання в умовах нестабільного зовнішнього середовища.

В умовах динамічних змін зовнішнього середовища підприємства не

зможуть домогтися сталого розвитку, якщо не будуть чітко й ефективно планувати свою діяльність, постійно збирати й акумулювати інформацію як про стан цільових ринків і положення на них конкурентів, так і про власні можливості [162, с. 103-104]. Одним з оціночних критеріїв конкурентної позиції підприємства є його конкурентоспроможність.

У сучасних умовах господарювання конкурентоспроможність підприємства є підґрунтям ефективності його діяльності і водночас можливістю подальшого розвитку. Для того, щоб краще зрозуміти, як конкурентоспроможність підприємства впливає на ефективність, у першу чергу, необхідно визначити її змістові характеристики. Тому виникає необхідність у глибокому вивченні сучасних теоретичних підходів до визначення поняття «конкурентоспроможність підприємства» як економічної категорії. Конкурентоспроможність як найважливіша ланка всієї системи ринкового господарювання розвивалася у часі і має складну та тривалу історію становлення.

Уперше цілісні теоретичні положення щодо чинників конкурентної боротьби сформовано лише у середині XVIII сторіччя представниками класичної політичної економії. Вихідною тезою класичної теорії був принцип абсолютних переваг А. Сміта, який довів, що конкуренція, урівнюючи норми прибутку, приводить до оптимального розподілу праці і капіталу. У праці «Добробут націй. Дослідження про природу та причини добробуту націй» (1776 р.) він визначив поняття конкуренції як суперництво і ототожнив її з «невидимою рукою», яка смикає за ниточки підприємців, змушуючи їх діяти відповідно до якогось ідеального плану розвитку економіки [207].

Модель досконалої конкуренції повністю унеможлиблювала будь-який свідомий контроль над ринковими процесами. Координуючим складником цих теоретичних положень постала цінова система в абсолютно децентралізованій економіці. Подальший розвиток теорії абсолютної переваги здійснив Д. Рікардо, створивши теорію відносної переваги [199].

Варто відзначити неокласичні концепції А. Маршалла, який, розвиваючи основні положення класиків, обґрунтував механізм автоматичного встановлення рівноваги на ринку за допомогою досконалої (чистої) конкуренції і дії законів граничної корисності та граничної продуктивності [138]. Розробка теорії аналізу часткової і довгострокової стійкої рівноваги на ринку, а також урахування розвитку технології і споживчих переваг для визначення відносних цін заклали теоретичні основи нової моделі конкуренції – монополістичної. Вагомий внесок у розроблення теоретичних моделей недосконалої конкуренції належить Ф. Еджуорту (математичний опис), А.П. Лернеру (монопольна влада та її оцінка), К. Вікселю (конкуренція і цінова дискримінація).

Дослідник природи конкуренції М. Портер [190] підкреслює, що в основі економіки лежать конкурентні сили, а рівень конкуренції залежить від взаємодії п'яти основних сил:

- суперництво між існуючими конкурентами;
- ринкова влада продавця;
- ринкова влада споживачів;
- загроза вторгнення нових конкурентів;
- загроза появи продуктів-замінників чи послуг-замінників.

В умовах ринку досконалої конкуренції прибутковим може бути лише те підприємство, яке зуміло розробити та впровадити оптимальну стратегію ціноутворення, що дозволила визначити точку рівноваги на вказаному сегменті ринку та забезпечити майже повноцінний збут виробленої продукції [130, с. 200].

Із розвитком суспільства та появи нових шкіл економічної думки розуміння змісту ринкових відносин поглиблювалося, а разом з ним ускладнювалося трактування конкуренції. Складність і багатоаспектність феномена конкуренції напряду впливає на неоднозначність трактування вченими-економістами поняття «конкурентоспроможність» взагалі та «конкурентоспроможність підприємства» зокрема.

Конкурентоспроможність вченими трактується по-різному, оскільки до уваги беруть зміст, який розкривається залежно від об'єкта. Конкурентоспроможність ідентифікує у конкурентному середовищі цілі, які ставляться у процесі дослідження. Це свідчить про поліморфний характер та ієрархічність зазначеної категорії.

Для уточнення поняття «конкурентоспроможність» в таблиці 5.3 ознайомимося з різними поглядами на його сутність.

Отже, на сучасному етапі існує велика кількість трактувань терміну «конкурентоспроможність» як в розрізі продукції, так і підприємства взагалі. Проте більшість визначень та розроблених методичних підходів до оцінки рівня конкурентоспроможності продукції та підприємства взагалі мають загальний характер і не враховують специфіку функціонування визначеного суб'єкта господарювання й особливості розвитку відповідної адміністративно-територіальної одиниці [29, с. 155-156].

Беручи до уваги той факт, що підприємство є головною ланкою ринкової економіки, а високий рівень конкурентоспроможності підприємства дозволяє сформувати відповідну економіку регіону, галузі та країни в цілому, зосередимо увагу на категорії «конкурентоспроможність підприємства» як на найнижчому рівні ієрархії.

Таблиця 5.3 - Дефініція категорії «конкурентоспроможність»

Автор	Зміст визначення
Бурцева Т.А., Сизов В.С., Цень О.А. [25]	Конкурентоспроможність – це спроможність об’єкта витримувати конкуренцію в порівнянні з аналогічними об’єктами в умовах конкурентного середовища. Конкурентоспроможність об’єкта визначається за результатами маркетингових досліджень, сегментування ринку
Єрмолов М.О. [70]	Конкурентоспроможність представляє собою відносну характеристику, яка відображає відмінності у процесі розвитку певного виробника від виробника-конкурента як за ступенем задоволення власними товарами, так й за ефективністю виробничої діяльності
Піддубний І.О., Піддубна А.І. [180]	Конкурентоспроможність – це потенційна або реалізована здатність економічного суб’єкта до функціонування у релевантному зовнішньому середовищі, яка ґрунтується на конкурентних перевагах і відображає його позицію відносно конкурентів
Фатхутдінов Р.А. [225]	Конкурентоспроможність – це здатність витримувати конкуренцію у порівнянні з аналогічними об’єктами на даному ринку
Хруцький В.Є., Корнеєва І.В. [238]	Конкурентоспроможність – це стабільна можливість задовольняти певні потреби покупців краще, ніж конкуренти, та завдяки цьому вдало продавати продукцію з прийнятними фінансовими результатами для виробника

У сучасній науковій літературі існує безліч визначень поняття «конкурентоспроможність підприємства» (табл. 5.4).

Розглянуті авторські підходи до трактування категорії «конкурентоспроможність підприємства» різняться рівнем деталізації та конкретизації поняття, метою та завданням, які ставить перед собою дослідник, що дає змогу стверджувати про відсутність загальноприйнятої дефініції у сучасній науковій літературі.

На наш погляд, під поняттям «конкурентоспроможність підприємства» слід розуміти здатність підприємства конкурувати на ринках з виробниками й продавцями аналогічних товарів усередині країни й за її межами, адекватно реагувати на зміни у зовнішньому і внутрішньому бізнес-середовищі з метою досягнення найкращих результатів та отримання конкурентних переваг за рахунок ефективного використання всіх наявних ресурсів (як власних, так і позикових).

Таблиця 5.4 - Систематизація підходів до визначення сутності поняття

«конкурентоспроможність підприємства»

Автор	Визначення поняття
Конкурентоспроможність підприємства як здатність	
Азоев Г.Л. [3]	здатність ефективно розпоряджатися власними і позиковими ресурсами в умовах конкурентного ринку. Виробництво і реалізація конкурентоздатних товарів – обов’язкова умова конкурентоспроможності фірми. Це результат її конкурентних переваг за всім спектром проблем управління компанією
Зав’ялов П.С., Лозовський Л.Ш., Поршнєв А.Г., Райзберг Б.А. [4]	здатність фірми, компанії конкурувати на ринках з виробниками й продавцями аналогічних товарів за допомогою забезпечення більш високої якості, доступних цін, створення зручних умов для покупців
Тюхтенко Н.А. [320]	потенційна або реалізована здатність економічного суб’єкта до ефективного довготривалого функціонування у релевантному зовнішньому середовищі
Клименко С.М., Дуброва О.С., Барабась Д.О., Омельяненко Т.В., Вакуленко А.В. [92]	здатність підприємства витримувати конкуренцію на певному ринку; конкурентоспроможність ґрунтується на конкурентних перевагах підприємства; відображає позицію даного підприємства відносно конкурентів
Хруцьким В.Є., Корнеєва І.В. [238]	здатність успішно оперувати на конкретному ринку у даний період часу шляхом випуску й реалізації конкурентоздатних виробів і послуг
Кіперман Г.Я. [86]	здатність протидіяти на ринку іншим виробникам і постачальникам аналогічної продукції як за рівнем задоволення своїми товарами або послугами конкретної суспільної потреби, так за ефективністю виробничої діяльності
Фатхутдінов Р.А. [225]	здатність фірми випускати конкурентоздатну продукцію, її перевага стосовно інших підприємств даної галузі усередині країни й за її межами
Конкурентоспроможність підприємства як конкурентна перевага	
Градов А.П. [49]	порівняльна перевага підприємства по відношенню до інших фірм даної галузі всередині країни та за її межами
Конкурентоспроможність підприємства як система	

Автор	Визначення поняття
Круглов М.І. [108]	система економічних категорій, елементами якої є конкурентоспроможність продукції і фінансова конкурентоспроможність
Конкурентоспроможність підприємства як стан системи	
Бондаренко А.Л. [16]	такий стан системи економічного розвитку підприємства, за якого забезпечуються його домінуючі переваги перед конкурентами на даному ринку протягом певного періоду часу та в довгостроковій перспективі
Конкурентоспроможність підприємства як можливість	
Азоєв Г.Л., Челенков А.П. [2]	можливість фірми ефективно розпоряджатись власними й залученими ресурсами в умовах конкурентного ринку
Конкурентоспроможність підприємства як відносна характеристика	
Скударь Г.М. [206]	відносна характеристика, що віддзеркалює відмінності процесу розвитку даного виробника від виробника-конкурента як за ступенем задоволення своїми товарами чи послугами конкретної суспільної потреби, так і за ефективністю виробничої діяльності

Конкурентні переваги є концентрованим проявом переваги над конкурентами в економічній, технічній, організаційній сферах діяльності підприємства, які можна виміряти економічними показниками (додатковий прибуток, більш висока рентабельність, ринкова частка) [164, с. 439-440].

Важливою передумовою формування конкурентоспроможності підприємства є визначення сукупності факторів, що підвищують або знижують рівень конкурентоспроможності підприємства. Аналіз цих факторів допомагає виявити сильні й слабкі сторони діяльності не тільки підприємства, а і його конкурентів, та розробити заходи щодо покращення у цілому рівня досліджуваного показника [163, с. 5]. Розуміння факторів підвищення конкурентоспроможності є основою при прийнятті ефективних управлінських рішень для досягнення конкурентних переваг та посилення ринкових позицій як на рівні підприємства, так і на галузевому рівні.

На конкурентоспроможність підприємства впливає безліч факторів. У вітчизняній і зарубіжній економічній літературі широко представлені чинники, що забезпечують конкурентні переваги підприємства в умовах нестабільного внутрішнього та зовнішнього бізнес-середовища. Автори, залежно від своїх наукових поглядів і царини маркетингових досліджень, обґрунтовують різний набір факторів внутрішнього та зовнішнього бізнес-

середовища, які впливають на конкурентоспроможність підприємства.

Загальноприйнятою вважають вузьку класифікацію факторів впливу на конкурентоспроможність підприємства, які поділяють на фактори впливу зовнішнього бізнес-середовища та фактори впливу внутрішнього бізнес-середовища (рис. 5.1).



Рис. 5.1. Система факторів впливу внутрішнього та зовнішнього бізнес-середовища на конкурентоспроможність підприємства
Фактори впливу зовнішнього бізнес-середовища (зовнішні чинники) на

конкурентоспроможність підприємства не належать до сфери впливу менеджменту підприємства і формуються у ринковому середовищі. Фактори впливу внутрішнього бізнес-середовища (внутрішні чинники) на конкурентоспроможність підприємства залежать лише від системи управління на підприємстві та ставлення до цього бізнесу його власників. При такому розмежуванні враховують не лише процеси, що протікають на підприємстві, не лише перетворення, що відбуваються на ньому, не лише результативність діяльності підприємства, але й динаміку змін, пов'язану із зовнішнім бізнес-середовищем, оскільки вміння раціонально використовувати позитивні аспекти та своєчасно реагувати на негативні тенденції розвитку останнього є важливими для ефективного функціонування підприємства.

Під час дослідження конкурентоспроможності суб'єктів господарювання проф. С.Г. Светуцьким [78] встановлено, що на конкурентоспроможність підприємства в певній мірі впливає загальноекономічний базис в країні, який визначається динамізмом економіки, гнучкістю фінансової системи, забезпеченістю трудовими ресурсами, сировиною, матеріалами та ін. Крім того, на думку авторів [24] конкурентоспроможність підприємства залежить від ряду чинників, таких, як ємність ринку, легкість доступу на ринок, вид товару, що виробляється, однорідність ринку, конкурентні позиції підприємств, які вже працюють на даному ринку, можливості технічних нововведень в галузі.

Таким чином, моніторинг факторів впливу внутрішнього та зовнішнього бізнес-середовища, яке постійно змінюється, на конкурентоспроможність підприємства дає змогу схарактеризувати досягнутий рівень конкурентоспроможності, визначити конкурентні переваги підприємства та спрогнозувати тенденції економічного розвитку підприємства в умовах нестабільного підприємницького середовища. До того ж, комбінування факторів впливу внутрішнього та зовнішнього бізнес-середовища на конкурентоспроможність підприємства є об'єктивною передумовою створення стійких конкурентних позицій підприємства на ринку.

На думку авторів [131, с. 79], однією із найголовніших складових, що впливає на рівень конкурентоспроможності підприємства, є рівень конкурентоспроможності продукції. Виробництво якісної продукції при оптимальному розмірі витрат, пов'язаних з її виготовленням, розглядається не тільки як фактор підвищення конкурентоспроможності, а й передусім як умова функціонування підприємств на ринку. Найбільшою конкурентоспроможністю на ринку володіє той товар, який завдяки своїм споживчим властивостям забезпечує найбільший корисний ефект по відношенню до ціни споживання [129, с. 65]. Тому для підвищення

конкурентоспроможності підприємства взагалі необхідно покращувати якість продукції, безперервно слідкувати за потребами і можливостями споживачів, а також запроваджувати заходи, спрямовані на оптимізацію витрат підприємства.

Результати проведених раніше досліджень [301, с. 178] свідчать, що складовими системи організації управління конкурентоспроможністю підприємства в умовах прогнозованого конкурентного ринку є:

- управління товарною політикою підприємства;
- управління ціною політикою підприємства;
- управління політикою збуту та розподілу.

Моделюючи організаційно-економічний механізм управління конкурентоспроможністю підприємства, необхідно виходити з того, що структура, функції і потенціал підприємства і ринку продукції повинні бути адекватними змінам внутрішнього і зовнішнього бізнес-середовища. Важлива роль для реалізації такої моделі приділяється реструктуризації підприємств, однією з найважливіших задач якої є установа динамічної та гнучкої відповідності потенціалу підприємства та його ринкової позиції.

Стрімке підвищення рівня конкуренції на внутрішньому і зовнішніх ринках, зростання вимогливості споживачів призводить до того, що у найближчі десятиліття сподіватися на процвітання може лише те підприємство, яке володітиме конкурентними перевагами в усіх сферах, зокрема у сфері зниження витрат, покращення якості, запровадження інновацій, розвитку знань та економії часу [133]. В умовах нестабільного зовнішнього середовища однією з найголовніших складових підвищення конкурентоспроможності підприємства стає не лише оптимізація виробничих витрат без погіршення рівня якості при виробництві продукції, а й визначення оптимальних логістичних маршрутів транспортування від пункту виробництва до місця споживання продукції з урахуванням ємності ринку, купівельної спроможності потенціальних споживачів й обсягів витрат на транспортування та проходження обов'язкових митних процедур (у разі експорту).

Аналіз наведених вище підходів до трактування категорії «конкурентоспроможність підприємства» дає змогу сформулювати уточнене визначення цього терміну: під поняттям «конкурентоспроможність підприємства» слід розуміти здатність підприємства конкурувати на ринках з виробниками й продавцями аналогічних товарів усередині країни й за її межами, адекватно реагувати на зміни у зовнішньому і внутрішньому бізнес-середовищі з метою досягнення найкращих результатів та отримання конкурентних переваг за рахунок ефективного використання всіх наявних ресурсів (як власних, так і позикових).

Виокремлено фактори впливу зовнішнього бізнес-середовища та

фактори впливу внутрішнього бізнес-середовища, які можуть впливати на підвищення або зниження загального рівня конкурентоспроможності підприємства. Постійний моніторинг факторів впливу внутрішнього та зовнішнього бізнес-середовища, яке постійно змінюється, на конкурентоспроможність підприємства дає змогу схарактеризувати досягнутий рівень конкурентоспроможності, визначити конкурентні переваги підприємства та спрогнозувати тенденції економічного розвитку підприємства в умовах нестабільного підприємницького середовища.

Моделюючи організаційно-економічний механізм управління конкурентоспроможністю підприємства, необхідно виходити з того, що структура, функції і потенціал підприємства і ринку продукції повинні бути адекватними змінам внутрішнього і зовнішнього бізнес-середовища. Важлива роль для реалізації такої моделі приділяється реструктуризації підприємств, однією з найважливіших задач якої є установлення динамічної та гнучкої відповідності потенціалу підприємства та його ринкової позиції.

5.3. ПРОБЛЕМА ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОЗДАТНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ОБСЛУГОВУВАННЯ В КОНТЕКСТІ ПЕРЕХОДУ ДО ЕКОНОМІКИ ВРАЖЕНЬ

За сучасних умов проблема підвищення конкурентоспроможності є багатоаспектною, бо існує досить велика кількість факторів, що впливають на її досягнення. До них відносять як ефективність маркетингової діяльності, так і впровадження інновацій. Вважають, що підприємства в системі ринкових відносин не можуть нормально функціонувати без маркетингової служби на підприємстві. Це відбувається тому, що потреби людей, як відомо, безмежні, а ресурси підприємства обмежені. Необхідність впровадження інновацій в ресторанному бізнесі обумовлена переходом економіки на четверту фазу розвитку, до економіки вражень.

Проблема конкурентоздатності підприємств на основі впровадження системи управління стратегічними змінами в діяльності підприємства для підвищення його конкурентоздатності на прикладі підприємств чорної металургії вивчалася В. Гончар [43-44]. Інновації в сучасному ресторанному бізнесі досліджували В.Привалов, А.Казак [191], репрезентації інновацій в ресторанному бізнесі як фактор розвитку економіки вражень – І. Соломіна [208].

Для сучасного етапу розвитку економіки характерним стає її перехід до четвертої фази розвитку: від економіки послуг (третья фаза) до економіки вражень (четверта фаза). Економіка вражень орієнтована на відчуття

споживача. Для сучасного етапу розвитку постіндустріального суспільства характерним є наявність декількох економічних моделей, що базуються на чотирьох елементах: інформації, інновації, знання, людський фактор. В залежності від того, який елемент стає базовим і розвивається певна економічна модель суспільства: інформаційна або інноваційна, економіка знань або сервісна економіка.

Ресторанний бізнес відрізняється від всіх інших видів бізнесу. Це підприємство, яке поєднує в собі традиції, механізми управління і досвід, філософію і економіку, а також психологію. Вперше термін «економіка вражень» застосували американські маркетологи в 1999 році. Вважається, що економіка вражень базується на відчуттях клієнтів, де «режисерами вражень» повинні стати компанії.

Сучасні заклади сфери обслуговування стають режисерами вражень, що сприяє прояву творчості та креативності в професійній діяльності. Для успішного вирішення завдань інноваційного розвитку ресторанного підприємства, необхідно стежити за змінами, що відбуваються на світових і вітчизняних ринках розвитку ресторанного бізнесу, приділяючи особливу увагу основним тенденціям розвитку науки і техніки. До інновацій вражень слід віднести різні види інновацій в ресторанному бізнесі: наявність безкоштовного WI-FI, організація додаткових послуг, таких як кулінарне шоу (теппан-шоу), організація і проведення кулінарних квестів, застосування інноваційних технологій в приготуванні страв, інтерактивне меню, вітрина з муляжами страв меню, використання роботів в ресторанному сервісі, технології QR-кодів, ідентифікаційних карток для контролю персоналу. [208].

Інновації - один з основних двигунів ресторанного бізнесу. Якість їжі та обслуговування вже не є єдиними чинниками розвитку ресторанного бізнесу. В останні роки інновації суттєво змінили індустрію громадського харчування. В Японії провідним методом залучення клієнтів до закладів громадського харчування є оформлення вітрин і прилавків муляжами страв. Муляжі страв і продуктів - потужний психологічний інструмент впливу на підсвідомість людини, який збуджує апетит. Вітрина закладу, оформлена наочним меню, перетворює звичайних перехожих у відвідувачів і збільшує продажі. За результатами досліджень японських маркетологів 40% перехожих, що підійшли до вітрини з муляжами, заходять в ресторан. Всі відомі види реклами легко долають перші дві щаблі рекламних завдань. Але найскладнішою і вирішальною для залучення відвідувачів в ресторан є 3-тя щабель. На відміну від всіх видів реклами, макети страв вирішують всі 4 завдання одночасно. Муляжі страв на вітрині володіють потужною силою, що спонукає людей до дії, тобто прийняття рішення зайти до ресторану

[191, с.24-25].

Для сучасного етапу впровадження інновацій в ресторанний бізнес характерним є репрезентаційний етап. Формується світова тенденція щодо використання інновацій в ресторанному бізнесі. Для сучасного етапу впровадження інновацій в ресторанний бізнес характерним є репрезентаційний етап. В ресторанний бізнес впроваджуються різні види інновацій:

- технічні інновації, які пов'язані з використанням нових видів техніки, пристроїв, інструментів, техніко-технологічних прийомів праці в обслуговуванні;
- організаційно-технологічні інновації, які дозволяють надавати нові види послуг, використовувати більш ефективні форми обслуговування та організаційні норми праці;
- управлінські інновації, які орієнтовані на удосконалення внутрішніх та зовнішніх зв'язків організації, методів та форм менеджменту;
- комплексні інновації, які включають одночасно різні аспекти та сторони сервісної діяльності.

Завдяки інноваціям, зокрема використанню нових технологій приготування страв формується нова кулінарна культура, яка спрямована на підтримання здорового способу життя на основі якості страв з збереженням корисних властивостей продуктів. Впровадження сучасних інновацій перетворює гостя з пасивного відвідувача в активного учасника ресторанних заходів, розширює асортимент послуг, сприяє наданню умов для прояву творчості, поєднання традиційних послуг з інноваційними.

До прикладів сучасних організаційно-технологічних інновацій можна віднести застосування інноваційних методів приготування страв, до яких відносять, зокрема наступні:

- молекулярна кухня (почала застосовуватися з 1992 року, витоками вважається читання лекцій фізиками Н. Курти та Е. Тисом «Молекулярна та фізична гастрономія»)
- фудпейринг (оптимальні поєднання продуктів, метод визначення поєднань продуктів на основі вивчення їх ароматичних компонентів);
- ферментація (метод змін органічних речовин під дією власних ферментів, змін під впливом інших мікроорганізмів або виділених ферментів без участі кисню та окислення);
- кріоконцентрація (повільне розморожування заморожених продуктів для отримання концентрованих екстрактів або повільне заморожування та ін.);
- екстрагірування (застосування екстрактів та есенцій);
- текстуризація (метод перетворень твердого в м'яке, ніжного в

хрустке та ін.);

- анти гриль (принцип дії як у гриля, але застосовуються низькі температури, зокрема: - 34,44 градусів, для соусів, пюре, мусів, паштетів, шоколаду, морозива, тортинок);

- копчення на деревині;

- ароматизація;

- дегідрування (свіжий продукт зневоднюється до такої міри, при якій йому забезпечені максимально тривале збереження і концентрація смаку);

- витримка (один із прикладів ферментації на основі волого або сухого визрівання);

- жарка в азоті (використовується азот у вигляді рідини, температура кипіння досягає 196 градусів);

- використання центрифуги.

Для сьогодення характерним є різноманітні шляхи впровадження новацій в ресторанний бізнес:

- відкриття підприємств нових форматів;

- створення принципово нових продуктів.

Впровадження різноманітних інновацій в ресторанному бізнесі та на інших підприємствах сфери обслуговування спрямоване, насамперед, на підвищення конкурентоздатності компанії з врахуванням сучасних тенденцій в розвитку економіки. Для з'ясування можливостей підвищення

Одним із основних напрямків маркетингових досліджень є вивчення конкуренції, її рівня та інтенсивності, сил та ринкових чинників, які мають найбільший вплив на формування конкуренції серед підприємств ресторанного бізнесу.

Організація маркетингової діяльності підприємства передбачає встановлення чіткої послідовності та взаємозв'язку дій, процедур, яка впливає з певних зв'язків структурних підрозділів підприємства. Метою всієї цієї діяльності є досягнення комерційного успіху підприємства.

Головне в маркетингу - цільова орієнтація і комплексність, тобто з'єднання підприємницької, господарської, виробничої і збутової діяльності. Комплексність означає, що застосування маркетингу забезпечує ефект тільки в тому випадку, якщо він використовується як система. Застосування окремих маркетингових дій, як правило, не дає позитивних результатів. Цільова орієнтація і комплексність маркетингу - це злиття в один потік всіх елементів маркетингової діяльності для досягнення стійкої рентабельності в заданих часових межах, як правило, не менше 5-7 років.

Зовнішнє середовище, або те оточення, в якому діє підприємство, складається головним чином з учасників ринкових відносин. Від їх поведінки, цільових установок та інтересів в більшій чи меншій мірі

залежать благополуччя підприємства, результати його господарської й комерційної діяльності. Прийнято поділяти всі фактори зовнішнього середовища, що не піддаються впливу та не є такими.

За умов ринкової економіки існує безліч виробників і пропонується різноманіття товарів. Кожен конкретний постачальник у ресторанному бізнесі може мати свої умови виконання замовлень на поставку товарів. Один і той же товар може пропонуватися декількома постачальниками. В даний час для управління запасами широко використовується методика ABC-аналізу, в основі якої лежить принцип Парето. Відносно до ABC-аналізу принцип Парето може звучати так: надійний контроль 20% позицій дозволяє на 80% контролювати систему, будь то запаси сировини і комплектуючих, або продуктивний ряд підприємства, або його клієнтура тощо. Найбільший ефект спостерігається в разі спільного застосування ABC-аналізу та XYZ-аналізу, що дозволяє класифікувати запаси за характером їх споживання і точності прогнозування змін потреби в них, що особливо важливо для торговельних фірм, в т. ч. ресторанного господарства. З економічної точки зору досліджувана проблема управління запасами належить до класу оперативного-календарного планування, що вимагає підвищення точності рішення [20, с.69-70].

Для підвищення конкурентоздатності підприємств ресторанного бізнесу Д.Бугаковим та Т.Толстих пропонується модель взаємодії автоматизованої системи врахування запасів та розробленої системи підтримки прийняття рішень з планування закупівель та управління впливами (план розміщення заказів), зворотного зв'язку (інформація про реальне розміщення заказів) з врахуванням створених довідників, умов постачання, продажу за період, залишки за період, параметрів розподілу попиту. Тобто, новації в ресторанному бізнесі розробляються та впроваджуються в різноманітні елементи, які утворюють його в певному ієрархічному порядку.

Найбільш важливим фактором зовнішнього середовища, що піддається впливу, є поведінка покупців продукції підприємства. За допомогою системи формування попиту і стимулювання збуту, маркетингових комунікацій підприємство в змозі змінити поведінку споживачів в своїх інтересах, зробити їх, наприклад, постійними клієнтами-покупцями своїх товарів і послуг.

Творчий підхід до питання залучення додаткових клієнтів в індустрії харчування виражається сьогодні не тільки в тому, чим і як нагодувати людей, але й якими видами додаткових послуг та розваг можна залучити нових споживачів. Так з'являються підприємства харчування, де гості самі можуть брати участь в процесі приготування кулінарної продукції, оцінити

майстерність кухара, який готує страви на очах клієнтів, подивитися під час трапези фільм або взяти участь самим в будь-якому шоу. Кальяні, чайні, дитячі кімнати, вже стали сьогодні звичною справою. Останнім часом все частіше для просування ресторанних послуг застосовують мобільний маркетинг (СМС, ММС-реклама), вірусний маркетинг - поширення інформації за допомогою фото, відео, анекдотів тощо. Різновидом вірусного маркетингу є провокаційний або партизанський маркетинг, який використовує для просування продукції та послуг інтернет-форуми, чати, блоги, флеш-моби [219, с.66-67].

Підприємство у своїй господарській діяльності змушене пристосовуватися до факторів, які не піддаються впливу зовнішнього середовища. Тому один з найважливіших принципів маркетингової діяльності - постійне відстежування всіх змін, що відбуваються у зовнішньому середовищі, їх оцінка та вироблення відповідних контрзаходів, особливо при виникненні несприятливих зовнішніх обставин, для виживання підприємства.

У залежності від значень коефіцієнта конкурентоспроможності підприємства поділяються на такі групи:

- підприємства - ринкові лідери;
- підприємства - ринкові претенденти;
- підприємства - ринкові послідовники;
- підприємства - банкрути.

До ринкових лідерів відносять підприємства, які мають максимальний коефіцієнт конкурентоспроможності. Як правило, подібні фірми мають максимальну ринкову частку при продажах і є лідерами в ціновій політиці, оптимізації витрат тощо. Характерною їх поведінкою є оборона. Ринковими претендентами вважаються фірми, розрахунковий коефіцієнт конкурентоспроможності яких лежить в діапазоні від 3,1 до 9. Зазвичай такі організації борються за збільшення ринкової частки продажів, проводять ціновий демпінг. Для них характерна стратегія атаки за всіма напрямками діяльності.

До ринкових послідовників відносять фірми, розрахунковий коефіцієнт конкурентоспроможності яких лежить в діапазоні від 1 до 3. Вони проводять політику слідування за галузевим лідером, не ризикують, але й не виявляють пасивність. Такі фірми копіюють діяльність лідера, але діють більш обачно і розраховують на менші ресурси. Вони, як правило, мають атаки з боку ринкових претендентів. Фірми, що діють в ринковій ніші, розрахунковий коефіцієнт конкурентоспроможності яких лежить в діапазоні від 0,99 до - 6,9. Фірми цієї групи обслуговують маленькі ринкові сегменти, які інші учасники конкуренції не беруть до уваги, і відрізняються високим

рівнем спеціалізації. Коло клієнтів обмежене, характерний високий рівень цін. У своїй діяльності такі організації спираються на клієнтів і максимально залежать від них. Банкрутами вважаються фірми з коефіцієнтом конкурентоздатності від -7 до -10. Вони приймають режим зовнішнього управління і здійснюють заходи щодо виходу з банкрутства або проводять розрахунки з кредиторами і ліквідуються. Запропоновані показники прибутковості комерційної діяльності підприємства в повному обсязі враховують характер його конкурентоспроможності. Конкурентоспроможність як структура фінансово-економічних показників включає в себе не тільки власне ці показники, але й взаємозв'язки та взаємодії між ними, залежать від стану макро- і мікросередовищ [214].

Пошук можливостей підвищення конкурентоздатності компаній триває, для чого здійснюються різноманітні зміни, до яких слід віднести і впровадження системи управління стратегічними змінами в діяльності підприємства. Ефективність впровадження новацій та інновацій залежить також і від службовців, які їх здійснюють, зокрема від їх готовності до стратегічних змін на підприємстві.

На основі дослідження, яке проведене В. Гончар, вважаємо, що до значущих впливових національних детермінант на діяльність підприємств ресторанного бізнесу можна віднести наступні:

- динаміка внутрішнього ринку;
- рівень цін;
- політичний клімат в країні;
- структура споживання за видами продукції;
- договірна база на поставки енергоресурсів;
- наявність фінансових ресурсів в країні в достатній кількості;
- спільний економічний стан держави;
- ефективність законодавчої бази;
- стандарти якості;
- складності оподаткування;
- екологічне законодавство;
- розвиток технологій всередині держави;
- забезпечення сировиною потрібної якості;
- національні споживачі виготовленої продукції;
- забезпеченість виробництва кадрами необхідної кваліфікації [33, с.11].

Постійний моніторинг конкурентів, їх частки ринку, методів охоплення, дозволяє швидко реагувати на зміну їх тактики. Прогресивні методи можуть бути скопійовані підприємством, слабкі місця використані. Досвід конкурентів з будь-якого ринку може бути негайно використаний

підприємством для просування власної продукції. Найбільш повна і якісна інформація може бути отримана через торгових агентів підприємства, а також самостійним опитуванням маркетологами потенційних покупців, аналізом рекламних публікацій і прайс-листів конкурентів.

Моніторинг цін конкурентів сприяє проведенню ресторанним закладом ефективною ціновою політики, забезпечує можливість швидкого реагування на зміну ринкової ситуації. Відсутність інформації про ціни конкурентів або її надходження з затримкою призводить до втрат: при підвищенні цін конкурентів - до недоотримання прибутку, тому що відпускні ціни підприємства також могли бути збільшені; при зниженні - до падіння збуту за рахунок «перемикання» частини покупців на конкурентів.

Як констатує в своєму дисертаційному дослідженні В. Гончар, впровадження системи управління стратегічними змінами в діяльності підприємства вимагає змін в його організаційній структурі. Відповідно до обраної стратегії необхідні відповідні зміни в організаційній структурі підприємства для забезпечення її реалізації:

- доповнення традиційних лінійно-функціональних підрозділів автономними ланками, спрямованими на досягнення поставленої мети;
- створення стратегічного центру моніторингу;
- функціонування оперативної групи, завданням якої є управління процесом реалізації окремої стратегії змін;
- коригування стратегічних змін при реалізації стратегій підприємства [43, с.182].

Якщо на підприємстві переважають сприятливі сили, то у підприємства немає нагальної потреби коригувати стратегічні зміни; якщо переважають протидіючі сили, то підприємство змушене їх коригувати. Корегування повинно носити комплексний характер, бо управлінський вплив, спрямований на вдосконалення окремої області призводить до певних змін у всіх інших областях. В. Гончар [3, с.191] розроблена критеріальна оцінка впливу якісних внутрішніх факторів на організаційну готовність підприємства до змін.

Для оцінки впливу детермінант щодо прийняття управлінських рішень та заходів досягнення стратегічних цілей підприємства використовується метод оцінки їх впливу, що включає п'ять етапів:

- оцінка стратегічного клімату;
- оцінка якісних показників діяльності підприємства, які дають можливість оцінити його організаційну готовність до змін;
- оцінка кількісних показників;
- оцінка фінансових показників;
- оцінка готовності підприємств до змін.

До внутрішніх якісних факторів готовності підприємств до стратегічних змін відносять:

- організаційні чинники;
- мотиваційні чинники.

Для виявлення рівнів організаційної, мотиваційної, структурної готовності працівників до стратегічних змін О. Любчук було запропоновано визначати значення для високого, достатнього, середнього та низького рівнів готовності. На підставі вищевказаного обробка результатів відповідей респондентів за методикою «Шкала оцінок якісних показників діяльності підприємства» повинна виявляти рівні різних видів готовності до стратегічних змін на підприємстві і робити якісний аналіз готовності співробітників.

На ефективність впровадження системи управління стратегічними змінами впливають внутрішні фактори:

- організаційні;
- мотиваційні;
- структурні.

Дані фактори впливають по-різному. Так, в дослідженні В. Гончар було з'ясовано вагові коефіцієнти внутрішніх факторів. До організаційних факторів віднесено: швидкість ухвалення рішень, відсутність бюрократичних процедур на підприємстві, реакція на зміни. Ваговий коефіцієнт організаційних факторів складає 0.4.

До мотиваційних факторів віднесено: наявність системи мотивації, ефективна система використання різних ноу-хау, заохочення раціоналізації і новаторства, режим праці на підприємстві. Ваговий коефіцієнт мотиваційних факторів складає 0,35.

До структурних факторів віднесено: наявність замкнутого циклу «сировина - виробництво - споживач продукції», система збуту, інвестиції векторів розвитку підприємства і способів сприяння швидкого отримання результатів. Ваговий коефіцієнт структурних факторів складає 0,25.

Запропоновано наступну методику розрахунку готовності підприємства до змін за якісними показниками [43, с.191].

$$Z_{\text{як}} = 0.4O + 0.35M + 0.25C,$$

де $Z_{\text{як}}$ - комплексний показник змін за якісними показниками діяльності підприємств;

- O – організаційні фактори;
- M – мотиваційні фактори;
- C – структурні фактори.

Проведене дослідження дозволило виявити, що головними стратегічними завданнями вітчизняних підприємств ресторанного бізнесу

повинні бути стратегії конкуренції. Методика розрахунку готовності підприємства до змін за якісними показниками дозволить виявляти рівень готовності закладів ресторанного господарства до організаційних, мотиваційних та структурних змін.

Ресторанний бізнес на сучасному етапі є однією із динамічних сфер економіки, що розвиваються. На розвиток конкурентоздатності підприємств сфери обслуговування впливають як екстенсивні, так і інтенсивні фактори.

Таким чином, на даному етапі розвитку маркетингової служби підприємств існують різні теоретичні підходи, які є обґрунтуванням для організації ефективної її діяльності в умовах ринкової економіки. Однією з проблем оцінки ефективності маркетингової діяльності є відсутність єдиної системи фінансових і "нефінансових" показників. Для визначення ефективності функціонування сучасної маркетингової служби на підставі Концепції збалансованої системи показників існує розроблена методика, яка дозволяє врахувати вплив і нефінансових показників.

5.4. СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ В ІНТЕГРОВАНОМУ АГРОПРОМИСЛОВОМУ ВИРОБНИЦТВІ

При вирішенні сучасних завдань відродження і розвитку аграрних на основі їх інтеграції з промисловою переробкою слід враховувати особливості сьогоденного стану, реалії і тенденції розвитку, специфіку моделей виробництв, що склалися в цих умовах. Особливу увагу при розробці заходів по реалізації стратегії розвитку інтегрованого виробництва, на нашу думку, необхідно приділяти тим факторам, які згодом можуть стати переважаючими критеріями для виробничих, фінансових і інвестиційних рішень. Тобто, при розробці моделі формування й розвитку інтегрованого агропромислового виробництва не можна зневажати значимістю фактору якості продукції як у сучасному виробництві, так і в майбутньому. Для інтегрованого агропромислового виробництва така постановка питання моделювання є релевантною, оскільки практично кожна виробнича модель має свій власний набір елементів і умов, які визначають реальність застосування моделі, ризик діяльності, допущення і обмеження розвитку, прогнозовані результати.

Дослідженню актуальних питань розвитку сировинної та переробної сфер господарства України присвячені наукові праці відомих вчених-економістів, зокрема О.В. Болотної [15], В.Є. Воротіна [38], О.А. Ковтуна [99], В.В. Стадника [210], А.В. Шевченка [253] та ін. Праці вказаних вчених створюють аналітичний базис агропромислового розвитку та

інструментарій його регулювання. Втім, питання забезпечення якості аграрної та харчової продукції залишаються поза увагою дослідників.

Сутність концепції інтегрування аграрного та переробного виробництва полягає в її спрямованості на якість входу, кооперованих зв'язків, власного виробництва і кінцевої продукції. Вектори формування виробництв повинні бути орієнтовані на якісний рівень розвитку і фактори (економічні, соціальні, політичні, екологічні, технологічні), пов'язані з умовами розвитку.

Ринок і виробництво повинні знаходитися в тісному контакті і підприємство повинно постійно корегувати свої дії, узгоджуючи їх зі змінюваними потребами ринку. Однак, виробнича система не підготовлена до несподіванок ринкових ситуацій, оскільки функціонує абсолютно незалежно і не встигає безконфліктно увійти в обіг ринку.

Виробництво оцінюється нами як ефективна система на основі витрат і завантаження виробничих потужностей, а ринкові вимоги визначаються розширенням асортименту і високою якістю продукції. Для того, щоб агропромислому виробництву покращити свою позицію на ринку з точки зору асортименту і якості, потрібні додаткові витрати і наявність лише якісних технологій, що не відповідає сучасному стану ані аграрних, ані переробних виробництв. Виробництво може знизити витрати лише при скороченні номенклатури (вузька спеціалізація). При цьому якість продукції неодмінно підвищується. І в цьому випадку існує протиріччя, з яким повинно боротися підприємство – це зниження завантаження потужностей при переході до вузького асортименту продукції. Для вирішення проблем своїх ринків збуту підприємству необхідно оцінювати як можливих споживачів, так і ефективність операцій свого виробництва.

Загальна ситуація (вимоги споживачів і можливості підприємства) повинна бути оцінена універсальними критеріями, що сприятливо виділяють продукцію або послуги на ринку у порівнянні з товарами і послугами інших підприємств. Такі критерії загальновідомі, це вартість товару (ціна) і якість товару. Рівень ціни формується на базі витрат виробництва. Об'єм продажу, в основному, залежить від того, наскільки низькими будуть витрати виробництва на продукцію. Ця умова в ринковому середовищі є необхідною, але не достатньою, і не обов'язково означатиме, що підприємство досягне високого рівня рентабельності і отримає прогнозовані доходи.

Сучасне вітчизняне агропромислове виробництво є слабо наближеним до вимог ринку і мало орієнтовано на якість. Традиційно виробничий процес практично не розглядали як одне з найбільш важливих джерел конкурентних переваг. Як правило, дослідження в сфері управління

виробництвом були націлені на скорочення витрат виробництва і підвищення ефективності використання виробничих ресурсів [200, 255]. Така спрямованість управління виробництвом розроблялася, в основному, на рівні тактичних рішень, і звичайно цим займалися інженерні служби, орієнтовані на технічну сторону діяльності. Прим цього, замало уваги приділялося питанню, наскільки процеси, в результаті яких підприємством створюються продукція і послуги, відповідають його стратегії.

Сучасна виробнича стратегія може передбачати принципово новий підхід до проблем, пов'язаних з операціями виробництва, а також низку нових концепцій і методів. Цей підхід передбачає при прийнятті рішень враховувати потреби споживачів (покупців). Для того, щоб стати лідерами ринків підприємствам необхідно здобути успіх у виробничих перетвореннях, що багато в чому залежить від того, наскільки правильно розроблена його виробнича стратегія і наскільки вона відповідає місії обслуговування споживачів. Щоб забезпечити належний рівень доходів, необхідно поставити на перше місце вимоги споживачів і якість продукції. Тобто, якість, яка забезпечується системою управління, виступає сьогодні як найважливіший структурний елемент інтегрованого виробництва. Сучасна концепція інтегрованого виробництва, метою якої є створення гармонічного розвиненого агропромислового виробництва, пріоритетним принципом дій затверджує якість продукції і виробництва. Причому, витрати на якість у загальному переліку очікуваних витрат оцінюються як найбільш ефективні з точки зору вкладення капіталу.

В рамках концепції інтеграції, як засіб самовизначення і зміцнення фінансового стану, невід'ємно вписується принцип узгодження виробничої, науково-технічної, комерційної діяльності. Для відтворення і розвитку агросфери та харчової промисловості гіпотетично цей принцип можна визначити як ключовий в життєдіяльності і розвитку аграрних виробництв. При цьому, джерелом реалізації нової моделі виробництва є високий рівень якості всіх виробничих елементів інтегрованого агропромислового виробництва з орієнтацією на конкурентоспроможний продукт.

Для цілісного розгляду моделі стратегії інтегрованого виробництва з урахуванням ролі якості потрібно конкретизувати основні принципи нової концепції:

1. Взаємозв'язок з потребами суспільства через створення якісних переробних товарів.
2. Самофінансування всієї системи інтегрованого агропромислового виробництва.
3. Основою розвитку виробництва є динаміка якості технічного рівня, яка постійно збільшується.

4. Гармонічний розвиток всіх інтегрованих виробництв.

5. Доцільне використання власності у напрямку створення якісної переробної продукції.

6. Інтеграція науки і виробництва, що сприяє творчій адаптації до сучасних умов.

7. Активізація інноваційної діяльності з метою оновлення виробничої системи і продукції.

8. Постійне удосконалення методичних засад забезпечення якості продукції і технологій.

Інтегроване агропромислове виробництво, виходячи з сукупності принципів, матиме внутрішні джерела саморозвитку системи, які будуть забезпечувати пріоритети грошовими коштами.

Дуже важливо, щоб процес переходу виробництва на більш високий якісний рівень був керованим і свідомо правильно орієнтованим. Складна система інтегрованого агропромислового виробництва і спільна фінансова, оперативна, технологічна, інноваційна діяльність всіх суб'єктів не дасть можливості одразу проявити нову якість. Тому, процеси переходу повинні бути підтримані певним позитивним відношенням з боку суспільства і виробництв, що входять у систему.

Складність структури інтегрованих агропромислових об'єднань «аграрне виробництво – первинна переробка – виробництво готової харчової продукції» визначає об'єктивну необхідність формування системи управління якістю продукції. Організаційна структура такої системи буде залежати від особливостей виробництв, що входять у інтегровану структуру, кількості виробництв і їх складових у технологічному процесі виробництва конкретного виду харчової продукції і повноти охоплення технології в концентрованому виробництві. Основною ціллю впровадження системи управління якістю в інтегроване виробництво повинно бути забезпечення і систематичне підвищення якості і доходів всієї виробничої системи.

Якість продукції є сукупністю властивостей, яка формується на технологічних рівнях виробництв інтегрованої структури, слід відзначити також і за рахунок необхідної кількості забезпечувальних фінансових ресурсів. Природно, що якість готової харчової продукції залежить від якості робіт на кожному етапі її створення. Це не тільки якість виконаної операції на конкретному робочому місці, але і якість управління процесом, тобто, якість його визначальних функцій планування, аналізу, контролю і керівництва.

Якість харчової продукції формується під впливом цілої низки виробничих операцій і умов. Кожний виробничий підрозділ інтегрованої структури має свої стандартні вимоги до якості вироблюваного ним продукту. У аграрному виробництві формується система вимог до якості

сировини. Підвищення складності обробки сировини збільшує число оцінюваних властивостей. В умовах масового виробництва створення якісного виробу супроводжується системою стандартів, орієнтованих на стандарт готового продукту.

Конкурентоспроможність продукції проявляється насамперед у її технічному рівні і ціні. Домогтися більш високого технічного рівня продукції і зниження її собівартості можливо тільки за допомогою комплексу заходів, що суттєво впливають на рівень якості продукції в технічному аспекті. Система заходів по покращенню якості продукції, цілеспрямовано діюча на всіх стадіях життєвого циклу її створення, дозволяє забезпечити постійне збільшення рівня якості продукції та її удосконалення.

Реальні умови функціонування аграрних підприємств та їх інтегрування в промислову переробку потребує спеціально створюваного фонду стандартів, що встановлюють централізоване регулювання у сфері визначення, підтвердження і управлінського нагляду за дотриманням обов'язкових вимог, що дозволяють підвищити якість продукції і рівень її безпеки.

Світовий досвід свідчить про суттєву роль систем технічних норм, правил і традицій у сфері виробництва і його безпеки, що склалися. В останні роки в Україні прийнято низку важливих законів і нормативних актів, спрямованих на підвищення конкурентоспроможності виробництва[99, 253].

Вершиною піраміди планування стратегії інтегрованого агропромислового виробництва є ціль у сфері якості. Для цілеспрямованої діяльності всіх ланок інтегрованого агропромислового виробництва і виробничої системи в цілому у напрямку забезпечення і систематичного підвищення якості формується система управління якістю, що відповідає технічним, економічним, організаційним особливостям і масштабам виробництва. У відповідності з визначеннями стандарту ISO "управління якістю включає методи і види діяльності оперативного характеру, спрямовані одночасно на управління процесом і усунення причин незадовільного функціонування на відповідних стадіях петлі якості (спіралі якості) для досягнення оптимальної економічної ефективності"[15]. Таким чином, прагнення до підвищення якості продукції стає системоутворюючим фактором і обов'язковим критерієм оцінки ефективності системи виробництва.

Можливість участі в управлінні всіх ланок інтегрованого агропромислового виробництва і координації їх дій підвищує результативність і відповідальність учасників. Система управління якістю продукції інтегрованого виробництва полегшить досягнення систематичного покращення властивостей харчової продукції, посилюючи значимість планування і вимірювання, орієнтації на споживача, встановлення відповідальності і звітності за процеси необхідні для

отримання кінцевих ефективних результатів.

Стандарти ISO серії 9000:2000 спрямовані як на забезпечення якості продукції та послуг, так і на розвиток інноваційних процесів і наукомістких технологій. Створення інноваційної продукції потребує обов'язкового виконання вимог високої організації технологічного процесу, ресурсозберігаючих сучасних технологій, забезпечення якості входу в систему.

Наявність у загальній системі управління виробництвом підсистеми управління якістю свідчить про зобов'язання і гарантії виробника, а активізація інноваційних процесів є невід'ємною частиною цієї підсистеми.

Основою системи управління, на наш погляд, слід вважати комплексну прогресивну нормативну документацію, що регламентує властивості або сукупність властивостей, процеси створення і організації виробництва. Вибір шляху підвищення якості в системі управління якістю продукції через оптимізацію всіх елементів виробництва зводиться до максимізації ефективності при мінімальних витратах.

Встановлення, забезпечення і підвищення рівня якості продукції на всіх етапах життєвого циклу, що здійснюються шляхом систематичного контролю і цілеспрямованого впливу на умови і фактори, які впливають на якість продукції, визначають практичну суть управління якістю продукції.

Принципами управління якістю для всіх ланок інтегрованого агропромислового виробництва повинні стати такі:

- встановлення потреб у видах та обсягах сировини, напівфабрикатів, готової продукції по внутрішній та зовнішній кооперації;
- встановлення і планування рівня якості на етапах виготовлення готової продукції, транспортування та реалізації;
- проектування, розробка, оцінка, вибір і реалізація заходів по забезпеченню у виробництві, транспортуванні й збуті потрібного рівня якості.

Розробка системи управління якістю не повинна бути самоціллю управлінської діяльності в інтегрованому виробництві, але при перетворенні її в конкретні дії досягаються встановлені цілі. Інакше кажучи, завдання етапу реалізації стратегії якості полягає у перетворенні плану по якості всіх ланок інтегрованого агропромислового виробництва в дії, спрямовані на виконання стратегії якості і досягнення цілей всього інтегрованого виробництва.

В інтегрованому виробництві комплексна система управління якістю продукції (КС УЯП) повинна включати в себе наступні підсистеми:

- підвищення якості продукції в процесі виробництва і забезпечення високої якості сировини, матеріалів і обладнання, бездефектної праці і високої організованості, якості напівфабрикатів і готової продукції;
- планування і регламентування якості, вимог до якості. Підсистема

вміщує оцінку якості на етапах виробництва, якості готової продукції, маркетингові дослідження;

- методики оцінки якості. Вона включає вимірнювальні, випробувальні засоби відповідальної і точної оцінки якості;
- організаційно-економічна підсистема, яка включає розробку і впровадження стандартів, навчання кадрів, мотиваційну систему якості і вимоги по визначенню економічної ефективності підвищення якості;
- інформації по якості. Може бути впроваджена підсистема автоматизованого управління якістю продукції (АС УЯП);
- внутрішньої конкуренції. Вона вміщує умови і мотиваційні заходи за результатами змагання.

Вирішувана проблема підвищення якості продукції має складний і всеохоплюючий характер і реалізується на всіх рівнях інтегрованого агропромислового виробництва. Концептуальна модель системи управління якістю продукції інтегрованого виробництва наведена на рис. 1

Моделювання структури КС УЯП визначено послідовністю впливу процесів формування функціональної структури продукції та її аналізу з метою оптимізації і підвищення технічного рівня продукції, вияву і реалізації можливостей зниження собівартості продукції. Нами розроблена математична модель системи управління якістю продукції (рис. 5.2).

Цільова функція, яка визначає необхідний рівень організованості комплексної системи управління якістю інтегрованого агропромислового виробництва, визначається максимально можливим рівнем якості при конкретних внутрішніх і зовнішніх умовах функціонування системи інтегрованого виробництва:

$$S = f(Vx; Ko; Pв; Bп; Зв) \rightarrow \max,$$

де Vx – вхід у систему (сільськогосподарська сировина, матеріали, напівфабрикати, енергоносії, праця, інформація та ін.);

Ko – кооперація всередині інтегрованого об'єднання;

$Pв$ – процес виробництва в усіх структурах інтегрованого виробництва;

$Bп$ – вихід з системи виробництва (готова харчова продукція);

$Зв$ – зв'язки із зовнішнім середовищем з питань підвищення якості.

Всі елементи моделі системи управління якістю (які самі є підсистемами) включають в себе сукупність показників та їх взаємозв'язків.

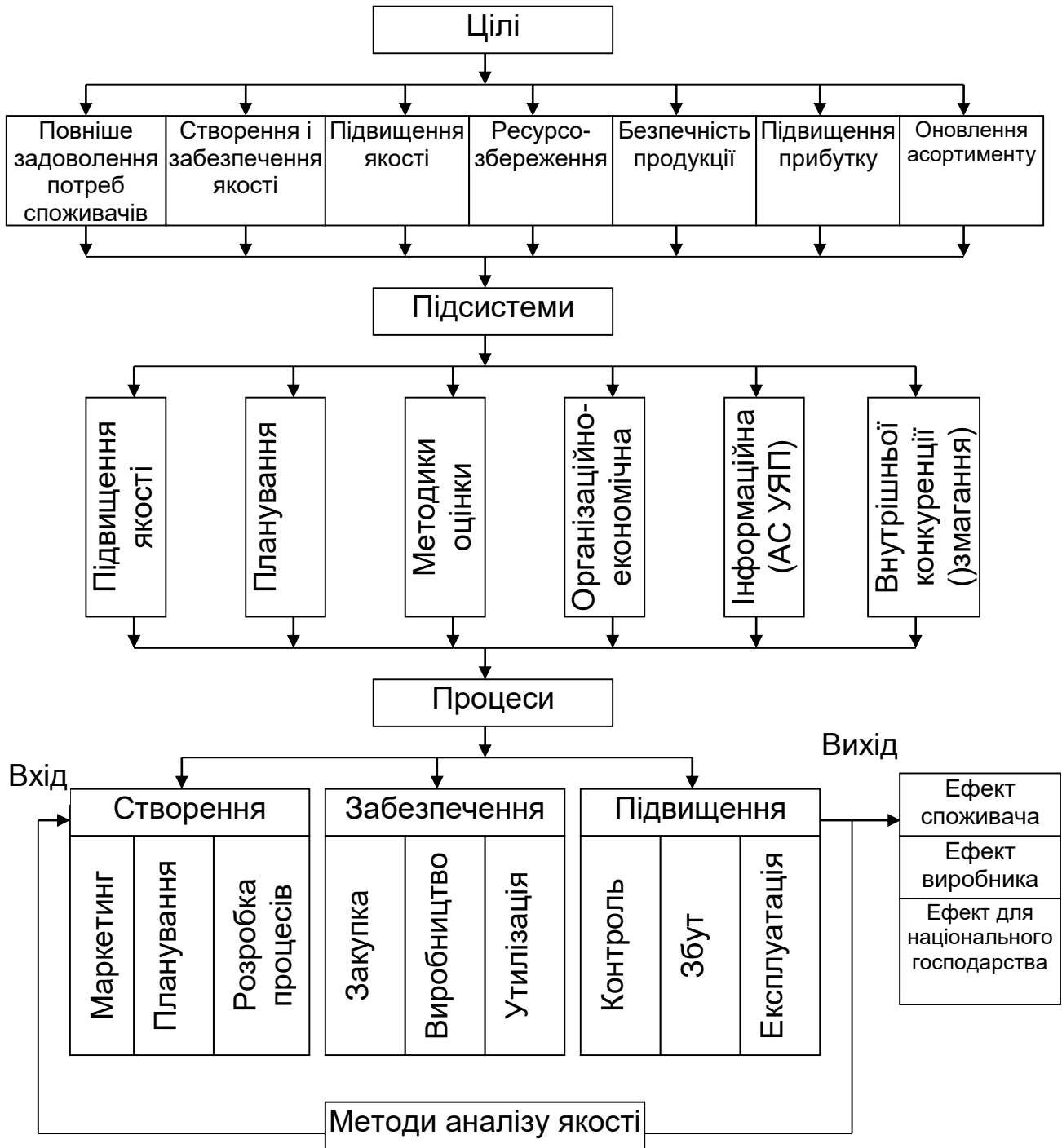


Рис. 5.2. Модель системи управління якістю продукції інтегрованого агропромислового виробництва

Входами в систему є показники якості ресурсів необхідних для виробництва конкурентоспроможної продукції у відповідності з вимогами стандартів, технічних умов, договорів, вказівок з експлуатації та ін.

$$V_x = f(X_T; X_e; X_i),$$

де X_T – сукупність технічних показників, що визначають якість продукції;

X_e – економічні показники, що відображають рівень якості;

X_i – інформаційні показники відповідності якості ресурсів, що постачаються.

$$K_o = f(K_1; K_2; K_3; \dots K_k),$$

де $K_1, K_2, K_3, \dots K_k$ – рівень кооперації між структурними ланками інтегрованого агропромислового виробництва, стимулюючий підвищення якості.

Рівень кооперації конкретної ланки інтегрованого агропромислового виробництва K_s визначається:

$$K_{s_i} = f(K_{i1}; K_{i2}; K_{i3}; \dots K_{in}),$$

де $K_{i1}, K_{i2}, K_{i3}, \dots K_{in}$ – рівень кооперації і-ланки інтегрованого агропромислового виробництва з 1, 2, 3 ... n - ланками.

Технологічний процес виробництва, що об'єднує інтегровану систему потребує якісних етапів, які дають можливість досягнути як можливо більш високої якості продукції.

$$P_v = f(P_{сг}; P_з; P_{пп}; P_{хп}; P_{зб}),$$

де $P_{сг}$ – процес виробництва у сільському господарстві;

$P_з$ – процес зберігання сировини;

$P_{пп}$ – процес виробництва підприємств первинної переробки сировини;

$P_{хп}$ – процес виробництва у харчовій промисловості;

$P_{зб}$ – процес збуту.

Склад виконавців і робоче середовище суттєво впливає на показники якості в усіх структурних підрозділах інтегрованого агропромислового виробництва .

$$V_{gp} = f(g_T; g_e; g_{екол}; g_{екс}),$$

де $g_T, g_e, g_{екол}, g_{екс}$ – номенклатура показників якості продукції технічних, економічних, екологічних, експлуатаційних.

$$Z_v = f(y_1; y_2; y_3; \dots y_n),$$

де $y_1, y_2, y_3, \dots y_n$ – системи зв'язку з ринками збуту, інформаційні канали, канали збуту та інші, що впливають на процес підвищення якості продукції.

В агропромисловому виробництві повинна бути створена система стандартів для комплексного методичного забезпечення розробки і виробництва продукції, для здійснення взаємодії між виробництвами (сільське господарство – первинна переробка – харчова промисловість). Цілями такої розробки є:

- оцінка, аналіз і встановлення однозначних вимог і показників, що відповідають сучасному рівню науки і техніки;
- систематизація і впорядкування забезпечення методичними вказівками процесів виробництва, що гарантує сумісність виробництв інтегрованого агропромислового виробництва різних рівнів і різного функціонального призначення;
- скорочення трудомісткості процесів і покращення якості напівфабрикатів і готової продукції;
- забезпечення ідентичних правил, норм і вимог, що містяться в стандартах, технічних умовах, технологічній та іншій технічній і організаційній документації.

Для подальшого розвитку агропромислового виробництва у національному і міжнародному масштабах велике значення мають методичні аспекти. При цьому якість стандартів і ступінь їх корисності значною мірою визначаються правильною політикою керівництва інтегрованого агропромислового виробництва. Формування методологічної бази стандартизації неможлива без обміну технічною і термінологічною інформацією за різними напрямками діяльності інтегрованого агропромислового виробництва, але основний з них – повний цикл виробничих процесів та їх впорядкування. Створення нових видів сировини, напівфабрикатів, готової продукції і нових технологій в будь-якій ланці інтегрованої системи потребує створення або зміни діючих стандартів в усій системі.

Розвиток внутрішнього співробітництва в інтегрованому виробництві, зростаючі обсяги виробництва, обмін технічними умовами і стандартами, патентами та іншою нормативною документацією між виробництвами створюють необхідне середовище по управлінню якістю продукції.

Швидкий розвиток технічних наук і науки управління якістю продукції супроводжується виявленням нових закономірностей у виробничих процесах, встановленням нових понять, тому вкрай важливо ввести в КС УЯП певну процедуру внесення змін і доповнень у цілісну систему управління якістю інтегрованого агропромислового виробництва

В програмі формування й функціонування системи управління якістю інтегрованого агропромислового виробництва слід виділити три основні напрямки:

- розробка теоретичних і методичних основ у сфері виробничого процесу «сільське господарство - первинна переробка - харчове виробництво»;
- координація стандартами умов виробництва для створення якісної продукції на всіх технологічних переходах і в цілому по інтегрованій

системі;

- створення фонду документації КС УЯП, об'єднаної в єдину мережу.

Вважаємо, що в інтегрованому виробництві, при наявності спільних виробничих і фінансових інтересів партнерів, введення стандартів не буде формальним, тому що користь стандартів буде проявлятися безпосередньо в усіх взаємопов'язаних структурах системи. На практиці перша і остання редакція проектів стандартів буде розсилатися всім підрозділам на розгляд й розглядатися в системі управління якістю всього об'єднання, що забезпечить вивірену реальну якість стандартів.

Відомо, що висока якість продукції багато в чому визначається якістю НДДКР, при виконанні яких закладаються показники ефективності якості і надійності майбутніх виробів. Тому в системі КСУЯП інтегрованого агропромислового виробництва повинні бути присутні структури, що займаються розробкою, виробництвом і удосконаленням продукції. Таку роботу може виконувати науково-дослідницький центр (НДЦ).

Ціллю НДЦ інтегрованої структури повинно бути досягнення заданого технічного рівня виробництва через впровадження проектних рішень. Основною умовою гарантовано високої якості виконання науково-дослідницьких робіт є якість науково-технічної документації і високий рівень організації праці. Наявність науково-дослідницького центру у розрізних виробництвах (сільськогосподарському, первинної переробки, харчовому) в сучасних умовах господарювання неможливе, в основному, через відсутність фінансування. Раціональне використання грошових потоків великої операційної системи, якою є інтегроване агропромислове виробництво, дозволить забезпечувати не тільки часткові покращення асортименту, але й радикальні нововведення.

В нових умовах, коли підприємствам стає не вигідно виробляти низькоякісну продукцію, особливого значення набувають економічні важелі управління якістю.

Досвід показує, що забезпечити високий і стабільний рівень якості лише зусиллями підприємства далеко не завжди можливо, навіть коли в ньому функціонує система якості, тому що за межами сфери її впливу залишаються підприємства-постачальники і споживачі, залишаються НДІ та освітні установи. Саме тому принципи комплексного управління якістю продукції повинні впроваджуватися на більш високому рівні – в об'єднаннях, секторах, регіонах. У зв'язку з цим, функціями центру управління інтегрованого агропромислового виробництва мають бути такі:

- концентрація коштів для здійснення політики підвищення якості продукції, оскільки це потребує додаткових витрат.

- система управління якістю може бути економічно ефективною при

оптимальному завантаженні потужностей. Вихід на необхідні потужності в сьгоднішніх умовах економіки України можливий при наявності чітко організованого повного циклу виробництва від “сировини” до “готової продукції”.

- впровадження нової продукції і нової технології у вигляді інноваційних проектів у більшості випадків характеризуються значним ступенем невизначеності результату і довготривалістю періоду до початку отримання віддачі. Для попередження інноваційного ризику, що пов'язаний з можливим перевищенням кошторисів господарюючих суб'єктів, невдачею проектів з технічної сторони і з точки зору невизначеності кон'юнктури ринку, система інтегрованого агропромислового виробництва забезпечує гарантії повного відшкодування втрат у випадку невдачі.

- економічний ефект високої якості продукції проявляється у узгодженій виробничій системі інтегрованого об'єднання. Сполучені ефекти, що є основою синергетики, часто можуть бути значно вищими у виробництвах, що споживають сировину, напівфабрикати або готову переробну продукцію. В умовах об'єднання, в сукупності підприємств, ефективність виробництва проявляється найбільш повно, наслідком чого є висока якість і більш низькі витрати, ніж у розрізнених підприємств.

- прозорість і стабільність інформації з питань стратегії якості на всіх етапах виробництва і збуту не створює конфлікту з інтересами покупців, тобто не викликає комерційного ризику.

- регулювання міжгалузевих, міжрегіональних і міжнародних аспектів у рамках стратегії підвищення якості продукції і посилення зовнішньої кооперації.

Управління інтегрованого агропромислового виробництва має можливість передбачити форму централізованого контролю якості напівфабрикатів і готової продукції через представництва у підрозділах з метою супроводу нових стандартів, консультацій з питань покращення якості, підвищення відповідальності безпосередньо виконавців.

Вирішальну роль при впровадженні КС УЯП інтегрованого агропромислового виробництва повинен мати аналіз виробничо-господарської діяльності, результати якого дозволяють:

- зібрати пропозиції і рекомендації, спрямовані на підвищення ефективності підрозділів і об'єднання в цілому;

- скласти перелік стандартів підприємств, які необхідно розробити і адаптувати до умов функціонування інтегрованого агропромислового виробництва ;

- корегувати стратегічний комплексний план по підвищенню ефективності виробництва і якості роботи;

- використовувати пропозиції спеціалістів структурних підрозділів для правильної оцінки чергового перегляду стандартів підприємств об'єднання.

Визначення величини показника ефективності і якості роботи виробничих підрозділів можна здійснити за формулою:

$$E_{\Pi} = 1 - \sum_{i=1}^n Kc_i + \sum_{j=1}^k Kn_j ,$$

або

$$E_{\Pi} = 1 \pm \sum_{j=1}^k Kn_j \sum_{i=1}^n Kc_i \quad (8)$$

де Kc – величина i -го коефіцієнту зниження ефективності (якості) роботи підрозділу;

Kn – j -й показник якості роботи підрозділу, що підвищує доходи виробництв;

n – кількість коефіцієнтів зниження ефективності роботи підрозділів;

k – кількість коефіцієнтів, що підвищують ефективність підрозділів.

Для кожного виробництва (сільськогосподарського, первинної переробки, харчового) мають розроблятися положення про оцінку якості робіт з єдиною для всіх учасників методикою розрахунку коефіцієнтів ефективності робіт.

Коефіцієнти ефективності підрозділів можуть бути використані при розподілі доходу об'єднання на розвиток виробництв і дозволяють порівняно оцінювати діяльність виробництв:

$$g_i = \frac{E_{апв}^{\phi}}{E_{апв}^{\delta}} , \quad (9)$$

де $E_{апв}^{\phi}$ – фактично досягнуте значення показника якості роботи інтегрованого агропромислового виробництва ;

$E_{апв}^{\delta}$ – базове значення коефіцієнту якості роботи інтегрованого агропромислового виробництва .

Ефективність якості діяльності об'єднання в цілому оцінювати як середній зважений показник:

$$E_{апв} = \frac{\sum_{k=1}^m E_n * Y_k}{N * 100} , \quad (10)$$

де Y_k – питома вага обсягу реалізації продукції, %;

N – кількість підрозділів.

Всі функції комплексної системи управління якістю пов'язуються воедино шляхом стандартизації, використовуваної для організаційного і

економічного регулювання якості, на основі застосування нормативів і масштабів виміру якості праці і продукції, а також регламентації технологічних процесів і операцій аграрного виробництва.

Системний підхід до управління якістю продукції встановлює перспективні вимоги до технічного рівня, якості і економічності вироблюваної і розроблюваної продукції або напівфабрикатів.

Реалізація цього підходу в аспекті підвищення якості продукції може бути здійснена у чотири етапи:

1. На першому етапі здійснюється вибір продукції на основі вивчення ринку і вимог споживачів, встановлюється перелік показників якості для планованої до випуску продукції і сукупність обмежень, які необхідно дослідити і знижувати їх вплив. Маркетингові дослідження повинні проводитися з певним набором сегментоутворюючих ознак: демографічних, майнових і соціальних для громадян; ознак галузевої приналежності, фінансового стану для підприємств. Ці дослідження дають можливість оцінити бажану покупцем продукцію за набором основних, допоміжних і додаткових функцій, якими її слід наділити за потребою. Формування модифікацій продукції за набором функцій на основі зібраної маркетингової інформації повинне ґрунтуватися на методах функціонально-вартісного аналізу. Інтереси конкурентоспроможності при випуску на ринок харчової продукції потребують оптимального набору показників, що характеризують властивості продукції як з точки зору споживача, так і з точки зору виробника. Особливо важливо правильно оцінити граничний рівень витрат як основне обмеження до випуску частково або радикально нової продукції. Дуже важливим обмеженням у гарантіях споживачам є достатність сировинних ресурсів. Готовність усіх виробництв до забезпечення якості готової продукції повинна бути оцінена системою управління якістю інтегрованого агропромислового виробництва .

2. На другому етапі відібрані показники і параметри продукції досліджують, оцінюють, уточнюють за критеріями забезпечення конкурентоспроможності, розробляють єдині для всіх підрозділів інтегрованого агропромислового виробництва методичні вимоги до оцінки критеріїв і затверджують нормативну технологічну, організаційну, екологічну, економічну документацію по забезпеченню якості. Для отримання високого врожаю і високої якості сировини необхідно у КС УЯП створити підсистему агротехнічних правил і вимог. Переробні підприємства формують і змінюють номенклатуру показників якості в залежності від поставленого завдання. Вибір показників якості і стандартні вимоги залежать від річних і перспективних планів технічного і економічного розвитку, а також від прогнозів ринку.

3. На третьому етапі проводиться моделювання вимог по підвищенню якості напівфабрикатів і готової переробної продукції, що має включати:

- моделювання функціональної структури продукції за окремими елементами і в цілому;
- аналіз функціональних особливостей продукції і визначення найбільш слабких ланок у експлуатації продукції і напівфабрикатів, які не дозволяють досягнути потрібних функціональних властивостей продукції;
- комплексна оптимізація в усіх виробництвах за заданими показниками якості і критерієм забезпечення конкурентоспроможності;
- аналіз результатів оптимізації, порівняння їх з прогнозами ринку і уточнення моделі виробництва і здійснення фінансування (витрати) на більш досконалому рівні.

Підвищення якості продукції повинно виявити основний вплив на величину економічної ефективності від підвищення якості, в той час як показники, що включаються в стандарти, тільки дозволяють проводити оцінку рівня якості. Моделювання оптимального асортименту відповідно прогнозам ринку повинно застосовувати принцип ієрархічної структури якості. Вибір номенклатури показників асортименту повинен проводитись серед традиційних показників продукції харчової промисловості з урахуванням конкретних вимог покупців за рівнем якості і вартості.

4. На четвертому етапі формуються конкретні вимоги і процеси технології, а у випадку необхідності розробляється нова більш якісна і наукомістка технологія створення напівфабрикатів і продукції з більш високими споживчими параметрами при стабільних і знижених витратах. Завдання цього етапу реалізуються у фінансових, організаційних і технічних можливостях технологічного ланцюга інтегрованого агропромислового виробництва збільшити обсяг виробництва продукції, підвищити її якість. З цією метою необхідно орієнтуватися на впровадження наукомістких технологій, придбання принципово нового технологічного обладнання, виробництва різноманітного асортименту харчової продукції. В першу чергу слід форсувати впровадження наукомістких агротехнологій у розвиток сировинної бази, що дозволить на перших етапах виробництва знизити капіталовкладення і забезпечити низький темп нарощування витрат у процесі виробництва. Безперервність підвищення якості представляє собою постійний процес удосконалення обладнання, матеріалів, використання робочої сили і виробничих методів за допомогою практичної реалізації інноваційної діяльності. Безперервність покращення якості є філософією управління, згідно якої удосконалення продукції і технологічного процесу є нескінченним процесом, у ході якого чергові перемоги, частіше незначні, досягаються постійно.

Втім, навіть ідеально створена система управління не може охопити всі аспекти виробничої системи, особливо такий складний як управління якістю. Однак, наявність стандартних процедур виробництва і реалізації продукції в агропромисловому виробництві дозволить стабілізувати процеси в системі і зменшити межі області відхилень фізичних і економічних параметрів продукції, за якими вся продукція є неякісною. Модель безперервного підвищення якості продукції в агропромисловому інтегрованому виробництві показана на рис. 5.3.

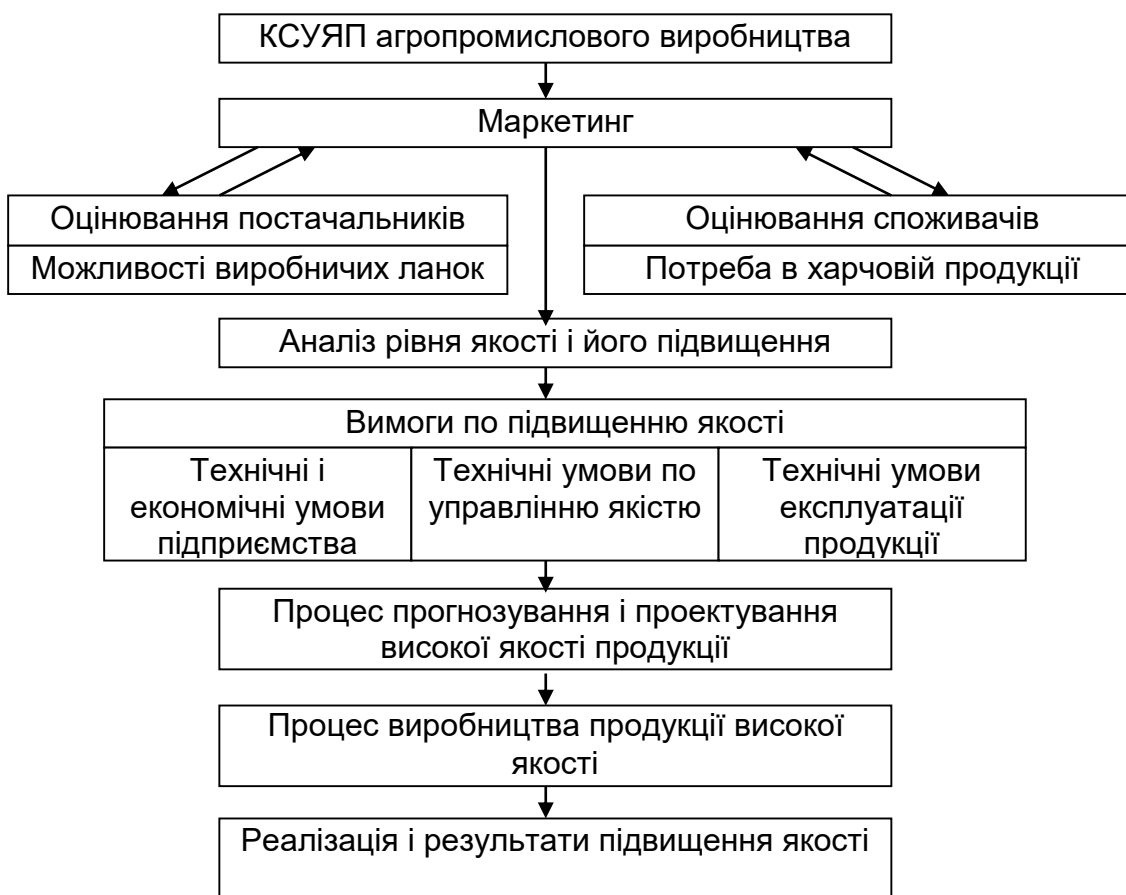


Рис. 5.3. Модель безперервного підвищення якості продукції в інтегрованому агропромисловому виробництві

Отже, нами висвітлено основні управлінські елементи процесу безперервного забезпечення і підвищення якості в агропромисловому інтегрованому виробництві а також застосування деяких інструментів для технології «сільське господарство - первинна переробка - харчове виробництво». Впровадження запропонованої концепції якості у практику діяльності інтегрованого агропромислового виробництва харчової продукції дозволить у перспективі підвищити ефективність виробництва і досягнути

повнішого задоволення потреб споживачів.

Особливу увагу при розробці заходів по реалізації стратегії розвитку інтегрованого агропромислового виробництва необхідно приділяти показнику якості продукції, що виступає сьогодні як важливіший структурний елемент інтегрованого виробництва. Нами конкретизовано основні принципи нової концепції якості, визначено напрямки управління якістю для всіх ланок інтегрованого агропромислового виробництва, структуру комплексної системи управління якістю продукції і механізм дії такої системи. Висвітлено основні управлінські елементи процесу безперервного забезпечення і підвищення якості в агропромисловому виробництві.

5.5. ІНВЕСТИЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ

Підвищення рівня конкурентоспроможності сільського господарства України є стратегічною задачею. Без досягнення конкурентоспроможності та стійких конкурентних переваг сільськогосподарських підприємств і продовольчих товарів на регіональних і міжнародних ринках неможливе без сталого розвитку аграрного сектору. Конкуренція висвітлює наявний потенціал суб'єктів аграрного ринку і виконує важливу функцію постійного рушія розвитку аграрного виробництва.

Зараз більшість сільськогосподарських підприємств, у тому числі фермерські господарства, неспроможні забезпечити виробництво високоякісної й конкурентоспроможної продукцію. Негативно на їх діяльності позначається наявність застарілої техніки, значний диспаритет цін на продукцію промисловості та сільського господарства, постійне зростання цін на паливо-мастильні матеріали, недосконалість кредитно-фінансової системи тощо. Значно скоротився рівень підтримка державою всіх напрямів НТП.

Процеси інвестиційного забезпечення аграрного сектора в умовах ринку набувають все більшої актуальності. Саме вони є надійною базою залучення коштів і формування виробничого потенціалу сільського господарства на основі інновацій. Важливим завданням є створення передумов щодо активізації інвестиційної діяльності в аграрному секторі і зокрема у фермерських господарствах, сприяння розширенню та збільшенню фінансування аграрної економіки і, відповідно, на цій основі досягти підвищення рівня ефективності господарювання, збільшення обсягів виробництва аграрної продукції, покращення соціально-економічної

ситуації на селі.

Законом України "Про інвестиційну діяльність" інвестиції визначено як всі види майнових та інтелектуальних цінностей, що вкладаються в об'єкти підприємницької та інших видів діяльності, у результаті чого створюється прибуток (доход) або досягається соціальний ефект [72].

Такими цінностями можуть бути:

- кошти, цільові банківські вклади, паї, акції та інші цінні папери;
- рухоме та нерухоме майно (будинки, споруди, устаткування та інші матеріальні цінності);
- майнові права, що випливають з авторського права, досвід та інші інтелектуальні цінності;
- сукупність технічних, комерційних та інших знань, оформлених у вигляді технічної документації, навичок та виробничого досвіду, необхідних для організації того чи іншого виду виробництва, але незапатентованих ("ноу-хау");
- права користування землею, водою, ресурсами, будинками, спорудами, обладнанням, а також інші майнові права;
- інші цінності.

Окремі положення законодавчого визначення, на нашу думку, неповно і навіть неправильно трактують поняття "інвестиції".

По-перше, інтелектуальні цінності, що вкладаються і використовуються підприємством у вигляді нематеріальних ресурсів, також є складовими майнових його цінностей (або майна у вигляді його активів), тому у протиставленні цих термінів немає сенсу. Світова економічна теорія з цих проблем вкладення всіх форм майнових цінностей у процесі інвестування розглядає як "вкладення капіталу".

По-друге, метою інвестицій є не тільки створення прибутку або досягнення соціального ефекту, а й інші форми забезпечення розвитку і підвищення ринкової вартості підприємства, що знаходить своє відображення у зростанні суми вкладеного капіталу. Цю мету інвестування підкреслюють як головну найбільш відомі зарубіжні економісти.

Так, У. Шарп разом з іншими американськими вченими визначає: "У найбільш широкому розумінні термін "інвестувати" означає розстатися з грошима сьогодні з тим, щоб отримати більшу суму у майбутньому" [252].

Аналогічне визначення цього терміна подається американським економістом Р.Харродом: "...інвестиція – це спосіб розміщення капіталу, який має забезпечити збереження або зростання суми капіталу" [236]. Така мета інвестицій підкреслюється й у визначеннях українських економістів [14].

По-третє, потребує певного уточнення і об'єкт інвестиційної

діяльності, визначений з цього питання у законодавстві. Якщо метою інвестицій має бути зростання суми вкладеного капіталу, то цей інвестований капітал має вкладатися лише в об'єкти підприємницької діяльності, бо вкладання капіталу в об'єкти соціальні, благодійну діяльність, спонсорство тощо до такого зростання не призведе. У такому разі більш прийнятним терміном для вкладання коштів буде "фінансування", а не "інвестування".

Поняття "інвестиції" ми пропонуємо викласти у такій редакції: інвестиції – це вкладення капіталу в об'єкти підприємницької діяльності з метою забезпечення його зростання в майбутньому періоді.

Відповідно до міжнародних стандартів поняття "інвестиційної діяльності" визначається більш широко. Інвестиційна діяльність – це діяльність, що пов'язана з придбанням і реалізацією необоротних активів, а також із здійсненням фінансових інвестицій, які не є складовою частиною еквівалентів грошових коштів.

Інвестиційна діяльність включає в себе і реалізацію необоротних активів, тобто це визначення відрізняється від розуміння поняття, що склалось раніше. Відповідно до такого трактування інвестиційної діяльності до її напрямів, згідно з указаним стандартом, крім придбання основних засобів, нематеріальних активів, акцій, облігацій, цілісних майнових комплексів тощо, відносять надходження грошових коштів у вигляді відсотків за аванси грошовими коштами та позики, надані іншим суб'єктом господарювання, а також грошові надходження у формі дивідендів від повернення позик, від ф'ючерсних і форвардних контрактів, опціонів, а також виплати коштів за такими контрактами (за винятком тих контрактів, які укладаються для основної діяльності підприємства). Такі грошові надходження не мають прямого, а лише певне опосередковане відношення до інвестиційної діяльності як такої. Тому в подальшому викладі матеріалу по даній темі інвестиційна діяльність розглядатиметься в усталеному розумінні цього поняття, тобто з орієнтацією на економічну ефективність цієї діяльності.

Основною ознакою, за якою інвестиції поділяються на окремі форми, є об'єкт вкладення капіталу. За цією ознакою, згідно зі світовою економічною теорією, інвестиції поділяються на реальні та фінансові. Тому передусім слід відзначити помилковість віднесення до форм інвестицій реінвестиції, які характеризують не об'єкт вкладення капіталу, а процес використання доходу, отриманого від інвестиційних операцій (у процесі реінвестицій, згідно з цим же законом, інвестиційний дохід може бути використано на здійснення як капітальних, так і фінансових інвестицій).

Інвестиції поділяються на фінансові та капітальні. Під фінансовими

інвестиціями розуміють активи, які утримуються підприємством з метою збільшення прибутку за рахунок відсотків, дивідендів тощо, зростання вартості капіталу або отримання інших вигід для інвестора. До фінансових інвестицій відносяться: акції, облігації, депозитні сертифікати, казначейські зобов'язання, інші цінні папери.

Під капітальними інвестиціями розуміють усі витрати підприємства на придбання або створення матеріальних і нематеріальних активів, що включаються до їх первісної вартості.

Важливо наголосити, що в аграрній сфері нині стоїть завдання не просто збільшувати обсяги інвестицій, а оновити виробництво на якісно вищому інноваційному рівні. Як зазначає П.Т. Саблук, у ході реформ не приділялося належної уваги питанням інвестицій, а особливо інновацій [236]. Вважалося, що зміни у формах власності здатні автоматично забезпечити надходження капіталу до землі. Але як показала практика, зміни у відносинах власності необхідно підкріплювати відповідною інноваційною та інвестиційною політикою. Успішний розвиток сільського господарства, на думку М.І. Кісіля, можна забезпечити лише за умови здійснення активних інвестиційних та інноваційних процесів [90].

На сьогодні в Херсонській області налічується близько 200 сільськогосподарських підприємств, які визначились з напрямками залучення інвестицій. Загальна потреба в інвестиціях при цьому складає понад 140 млн. грн. Основним об'єктом інвестиційної привабливості області є її земельні угіддя. Херсонщина належить до тих областей України, у розпорядженні яких є найкращі ґрунти, завдяки чому її досягнення у здійсненні сільського господарської діяльності відомі поза межами держави. Основними напрямками розвитку рослинницької галузі є нарощування виробництва зерна, насамперед озимих.

Дослідження показало, що низька конкурентоздатність товарів зменшує присутність Херсонської області на ринках ЄС. Основними причинами цього є наступні:

- високий рівень енергоспоживання на одиницю продукції;
- відсутність документів, що підтверджують відповідність товарів та послуг стандартам ЄС;
- відсутність пропорційної політики для просування місцевих товарів.

Управління інвестиційними процесами аграрних підприємств визначається джерелами і видами інвестицій, характером та напрямом інвестиційних процесів, особливостями інвестиційного клімату які, в свою чергу, формуються від впливом рівня економічного розвитку сільського господарства області, її галузевої спеціалізації, розміщення, конкурентоспроможності та інших важливих чинників. Крім того, основною

умовою успішної інвестиційної діяльності аграрних підприємств є ефективно вкладення додаткового капіталу.

Оскільки сільське господарство – це переважно сезонне виробництво, то нормальний відтворювальний процес вимагає раціонального співвідношення між власними і залученими коштами. Державна інвестиційна підтримка повинна надаватися переважно для розвитку пріоритетних напрямків в аграрній сфері, які щорічно уточнюються з урахуванням конкретних завдань та можливостей бюджету. Залучення іноземних інвестицій на взаємовигідних умовах є важливою складовою частиною взаємодії України з системою світогосподарських зв'язків. Разом з тим не варто сподіватися на великі обсяги інвестицій, тому що навіть за умови сприятливої політичної і економічної ситуації в Україні вирішальне значення в розвитку економіки повинні мати внутрішні інвестиційні ресурси та резерви.

Реалізація інвестиційної політики повинна здійснюватися за такими напрямами:

1. Удосконалення нормативно-правової бази інвестиційної діяльності і забезпечення на цій основі надійного захисту прав інвесторів, створення рівних умов господарювання для вітчизняних та іноземних інвесторів.

2. Розширення практики пільгового кредитування суб'єктів господарської діяльності.

3. Покращення інвестиційної привабливості регіону.

4. Підтримка інвестиційних проектів, що використовують сучасні енергозберігаючі технології і не забруднюють навколишнє середовище.

5. Розширення географії країн-партнерів зовнішньоекономічної діяльності, установлення нових довгострокових міжрегіональних контактів.

6. Удосконалення порядку набуття права власності на земельні ділянки несільськогосподарського призначення іноземними юридичними особами та іноземними громадянами.

7. Стимулювання залучення приватних інвестицій і поєднання їх у межах конкретних інвестиційних проектів з бюджетними коштами з метою зростання інвестиційних ресурсів та підвищення рівня їх ефективності.

8. Стимулювання створення інвестиційних бізнес інкубаторів, технологічних парків за спеціалізацією, а також регіонального Агентства сприяння залученню інвестицій.

9. Створення ради експортерів регіону.

Ефективність діяльності будь-якого підприємства значною мірою визначає обсяг інвестицій в основний капітал. Проаналізувавши сучасні та перспективні обсяги інвестицій в основний капітал аграрних підприємств Херсонської області, можна зробити висновок, що обсяг інвестицій

збільшився.

Аналіз стану та тенденцій інвестиційної ситуації в області дозволяє прогнозувати зростання обсягів інвестування, створення нових робочих місць і стабілізацію економічного та соціального стану. Великим, і досі мало використовуваним, резервом підвищення ефективності капітальних вкладень є значне скорочення тривалості всіх стадій інвестиційного циклу – від проектування до освоєння введених в дію виробничих об'єктів та об'єктів соціальної інфраструктури. Як свідчить аналіз фактичного стану справ на підприємствах багатьох галузей народного господарства України, тривалість реконструкції (розширення) діючих і спорудження нових виробничих об'єктів перевищує існуючі нормативи в середньому в два рази, а проектування та освоєння – приблизно у півтора рази. До цього треба додати, що чинні в Україні нормативи тривалості окремих стадій інвестиційного циклу вже й так є істотно більшими, ніж у багатьох зарубіжних країнах з розвинутою ринковою економікою.

Здійснювані з метою збільшення віддачі з кожної грошової одиниці капітальних вкладень технічні, технологічні та організаційні заходи не можуть забезпечити досягнення очікуваних результатів, якщо вони не будуть супроводжуватись дійовими економічними методами управління інвестиційними процесами в цілому.

Відтак варто наголосити, що: ці методи не застосовуються ізольовано (самостійно), а мають бути складовою частиною впроваджуваного загального механізму ринкових відносин між усіма суб'єктами господарювання; першочергового вдосконалення потребують методи визначення необхідного обсягу та оцінки економічної доцільності капітальних вкладень, прогнозування реальної тривалості інвестиційного процесу для функціонально однакових виробничих об'єктів, система мотивації інтенсивного інвестування виробництва.

З проведеного нами дослідження доходимо висновку, що всі райони Херсонської області можна умовно поділити на три групи:

1. *З найменшим* (до 25000 тис. грн.) *обсягом інвестицій*. До цієї групи відносимо 10 районів, а саме: Великолепетиський, Великоолександрівський, Верхньорогачицький, Високопільський, Горностаївський, Іванівський, Нижньосірогозький, Нововоронцовський, Новотроїцький, Каховський, Чаплинський. Іванівський район при цьому має найнижчий показник по області – 907 тис. грн.

2. До групи *з середнім обсягом інвестицій* (від 25000 до 50000 тис. грн.). відносимо 7 районів, а саме: Бериславський, Білозерський, Генічеський, Голопристанський, Каланчакський, Скадовський, Цюрупинський.

3. До групи з *найбільшим обсягом інвестицій* (понад 50000 тис. грн.) відносяться м. Каховка, м. Нова Каховка, м. Херсон. Саме у них зосереджено найбільші обсяги інвестицій [147].

Ми вважаємо, що для забезпечення конкурентних переваг Херсонщини у регіональному територіальному розподілі праці з виробництва сільськогосподарської продукції відповідно до наявних природних і потенційних можливостей необхідно:

– суттєво підвищити ефективність розвитку сировинної бази, довести врожайність основних сільськогосподарських культур до рівня світових показників;

– здійснити докорінне оновлення матеріально-технічної бази фермерських господарств згідно з новітніми досягненнями наукових технологій та вимогами світових стандартів;

– всебічне залучення іноземних інвестицій для розвитку сільського господарства, інтенсивне формування потужного експортного потенціалу продовольчих товарів, систематичне вивчення і завоювання нових ринків збуту продукції за межами країни тощо.

Вивчення інвестиційного ринку Херсонської області і країни, схеми вкладення інвестицій, сукупність практичних дій по їхній реалізації дозволили нам виявити і згрупувати учасників інвестиційної діяльності і розробити прийнятну технологію інвестування для фермерських господарств.

Довгострокове вкладення капіталу в фермерські господарства може відбуватися по розробленій нами технології і складається з 4 етапів:

1. Визначення напрямків вкладень.

Інвестиції вкладаються в наступні основні напрямки:

- упровадження нових технологій, машин і устаткування;
- скорочення витрат і підтримка стабільного рівня виробництва;
- розширення діяльності і збільшення доходів;
- виконання екологічних вимог.

2. Техніко-економічне обґрунтування необхідності вкладення інвестицій має на увазі рішення наступних задач:

- аналіз законодавства в сфері виробництва і споживання;
- визначення інвестиційних можливостей суб'єктів малого підприємництва з урахуванням рівня економічного розвитку регіону, району;
- аналіз граничних витрат на здійснення інвестиційного проекту;
- визначення ресурсної і ринкової орієнтації;
- аналіз попиту, пропозиції і конкуренції;

3. Виробничо-технологічна частина і концепція маркетингу інвестиційного проекту:

- розробка виробничої програми і визначення потреб у матеріалах, трудових ресурсах;
- вибір оптимальної виробничої потужності, варіантів технологій, устаткування і ноу-хау;
- придбання повного права на технологію чи спільного володіння;
- створення іміджу підприємства і проникнення на ринок продукції, товарів, послуг;
- оцінка доходів із складанням прогнозів росту чи падіння цін і рівня продажу.

4. Фінансовий аналіз і оцінка інвестицій.

- аналіз проектного доходу з урахуванням надійності інформації, значимості витрат і вартості;
- оцінка потреби в довгострокових кредитах, іпотечних судах, лізинговому фінансуванні;
- розрахунок непередбачених матеріально-фінансових витрат і визначення строку окупності, норми прибутку.

Розроблені схема учасників інвестиційної діяльності і технологія інвестування покликані допомогти підприємцям вирішити конкретні задачі по залученню засобів і участі в процесі створення чи поповнення запасу капіталу за рахунок іноземних і вітчизняних інвестицій.

Україна переживає нині складний період комплексних структурних перетворень, фінансово-економічного оздоровлення всього національного господарського комплексу, вибору власних шляхів стабілізації і формування сприятливого ґрунту для функціонування та співпраці міжнародних бізнес-структур, інституцій, установ. Аналіз інвестиційної політики свідчить: для залучення в Україну інвестицій необхідні чіткі й прозорі дії в оподаткуванні, у системі мита, у ліцензуванні окремих видів діяльності.

Як свідчить аналіз діяльності фермерських господарств, уповільнення та невпорядкованість інвестиційного та інноваційного процесів – головна причина сучасних кризових явищ у розвитку галузі, стримування активного реформування й забезпечення сталого її функціонування в перехідний період до розвиненої соціально орієнтованої ринкової системи господарювання.

На сьогодні єдиним реальним та ефективним шляхом вирішення проблем сталого розвитку аграрної сфери повинна стати активізація інвестиційної діяльності з метою фінансування придбання природоохоронних та ресурсозберігаючих технологій, інвестування у заходи щодо підвищення родючості ґрунтів, здійснення інших заходів по збереженню та відтворенню оточуючого середовища.

Ключем до підвищення конкурентоспроможності аграрного сектору є інтенсифікація інноваційної активності сільськогосподарських товаровиробників.

Нині в області працює близько 3000 фермерських господарств. Загальна площа земель, якою користуються фермерські господарства, становить близько 250 тис. га, з яких лише одиниці застосовують світові технології виробництва.

За допомогою інновацій більшість країн не тільки долають спад в економіці, а й забезпечують її структурну перебудову і насичують ринок різноманітною конкурентоспроможною продукцією. Створення, впровадження і широке розповсюдження нових товарів, послуг, технологічних процесів стають ключовими факторами росту обсягів виробництва, зайнятості, інвестицій, зовнішньоторговельного обороту, поліпшення якості продукції, економії трудових і матеріальних витрат, удосконалення організації виробництва й підвищення його ефективності. Усе це формує конкурентоспроможність будь-якого підприємства і виробництва ним продукції на внутрішньому та світовому ринках.

Головним серед фундаторів інноваційних теорій економічного розвитку, безперечно, є австрійський економіст Йозеф Шумпетер. Ще у 30-ті роки ХХ століття він ввів поняття інновації, трактуючи його, як зміну з метою впровадження і використання нових видів споживчих товарів, нових виробничих і транспортних засобів, ринків і форм організації промисловості [256].

У загальному розумінні інноваційні процеси, що мають місце в будь-якій складній виробничо-господарській системі, є сукупністю прогресивних, якісно нових змін, що безперервно виникають у часі та просторі. Результатом інноваційних процесів є новини, а запровадження їх у господарську практику визнається за нововведення. Інноваційні процеси започатковуються певними галузями науки, а завершуються у сфері виробництва, сприяючи прогресивним змінам останнього.

Інноваційний процес можна розглядати як процес фінансування розроблення та впровадження нового продукту чи послуги; як паралельно-послідовний процес здійснення науково-дослідних, науково-технічних, виробничих, маркетингових робіт.

Первісними імпульсами запровадження нововведень на підприємствах служать не тільки суспільні потреби й результати фундаментальних наукових досліджень, а й використання зарубіжного прогресивного досвіду в галузі технології та організації виробництва, сучасних форм господарювання. За своїм характером інноваційні процеси й нововведення поділяються на взаємопов'язані види.

Технічні нововведення проявляються у вигляді нових продуктів (виробів), технологій їхнього виготовлення, засобів виробництва (машин, устаткування, енергії, конструкційних матеріалів). *Організаційні* нововведення охоплюють нові методи й форми організації всіх видів діяльності підприємств та інших ланок суспільного виробництва (організаційні структури управління сферами науки і виробництва, форми організації різних типів виробництва й колективної праці тощо):

Економічні – методи господарського управління наукою та виробництвом через реалізацію функцій прогнозування і планування, фінансування, ціноутворення, мотивації та оплати праці, оцінки результатів діяльності;

Соціальні – різні форми активізації людського чинника (професійна підготовка й підвищення кваліфікації персоналу, передусім керівного складу всіх рівнів; стимулювання творчої діяльності; поліпшення умов і постійне підтримування високого рівня безпеки праці; охорона здоров'я людини та охорона довкілля; створення комфортних умов життя тощо);

Юридичні – нові і змінені закони та різноманітні нормативно-правові документи, що визначають і регулюють усі види діяльності підприємств та організацій [147].

Україна для підвищення конкурентоспроможності аграрного сектору може використати досвід розвинених країн, але на сьогодні це досить складно. У державі по суті немає цивілізованого продовольчого ринку, немає головних конкурентних сил (входження на ринок нових учасників; поява субститутів; ринкової влади покупців і постачальників; суперництва між діючими конкурентами), оскільки немає ефективної держави, яка є рушійною силою формування цивілізованого ринку і конкурентоспроможності національної економіки.

В Україні у тому числі і у Херсонській області недостатньо підприємців, які володіють стратегічним мисленням, здатністю передбачувати, продукувати інновації, вибрати з них такі, що дадуть змогу забезпечити стійкість конкурентоспроможності аграрних формувань на сучасних і майбутніх ринках (регіональних, національних і міжнародних). Ми повинні зрозуміти, що підприємець є головним суб'єктом сучасних ринкових відносин, рушійною силою ринкового процесу. Саме інноваційне підприємництво покликане відіграти важливу роль у подоланні проблеми розвитку інноваційних процесів між стадіями наукових досліджень і впровадженням інновацій у виробництво. Для розвитку такого підприємництва мають бути створені сприятливі інституціональні умови.

Останнім часом відпрацьовано технологію передачі й освоєння конкурентоспроможних наукових розробок, яка пройшла випробування в

базових агроформуваннях. Науковці, разом із фахівцями агроформувань, готують програми, інноваційні або пілотні технологічні проекти розвитку галузей сільського господарства, агроформувань, розробляють бізнес-плани (проекти) з визначенням технологічних параметрів виробництва, потреб у ресурсах і коштах, а також програми підготовки й перепідготовки фахівців. Це дає змогу не лише виявляти попит товаровиробників у новаціях, тобто вивчати ринок щодо можливої сфери поширення інновацій, а й налагоджувати довготривалу співпрацю наукових установ з агроформуваннями.

Звичайно ж, невисока інноваційна активність підприємств сільського господарства не дає можливості вийти їм на достатньо високий рівень конкурентоспроможності, що свідчить про необхідність впровадження інновацій, а отже – посилення уваги до розробки інформаційної стратегії. Інформаційну стратегію слід розробляти на основі ретельного аналізу фінансових і кадрових ресурсів підприємства, оцінки можливості передачі розв'язання частини завдань на аутсорсінг. Ураховуючи відсутність їх у багатьох підприємствах АПК, доцільно використовувати аутсорсінгові послуги. Але при цьому потрібно встановити якісні критерії для визначення переліку функцій і завдань, що передаватимуться на аутсорсінг.

До критеріїв, що зумовлюють використання послуг спеціалізованих організацій, можна віднести наступні: потреба в закупівлі спеціального обладнання для виконання певної функції, що вимагає значних витрат коштів; неповне завантаження спеціального обладнання та відповідного персоналу; неможливість залучення висококваліфікованих фахівців; потреба в інформаційно-комунікаційних технологіях, що вимагає залучення додаткових коштів; вартість кожної послуги аутсорсінгового підприємства; вартість кожної послуги за умови здійснення її власним спеціальним підрозділом; якість послуги аутсорсінгового підприємства і власного підрозділу. У сучасних умовах існуюча система науково-технічної інформації базується на нових принципах інформаційної політики АПК, що включає в першу чергу створення принципово нових консалтингових, аналітико-інформаційних та дорадчих служб.

Основне функціональне призначення служби дорадництва полягає в наданні високоякісних і доступних дорадчих та інформаційно-консультаційних послуг, проведенні навчання для сільськогосподарських товаровиробників та сільського населення з метою підвищення їх рівня життя та доходів. Ми пропонуємо створення дорадчих центрів у кожному районному центрі області та дорадчих комітетів у селах. Дорадництво заповнить нішу по створенню ефективного середовища суб'єктів аграрного ринку, адже головними завданнями дорадчої служби є:

- надання практичної допомоги щодо застосування на селі прибуткових методів господарювання в умовах ринкової економіки;
- підвищення рівня знань сільськогосподарських товаровиробників та сільського населення шляхом проведення навчання, тренінгів, демонстраційних показів, тощо;
- надання індивідуальних порад сільським господарям з питань маркетингу, менеджменту, застосування сучасних новітніх технологій;
- сприяння органам влади та місцевого самоврядування у реалізації державної політики на селі.

Отже вирішення цього питання можливо за умов створення мережі дорадчих служб, поширених на території області. Головною і невід'ємною складовою частиною ринку науково-технічної інформації є маркетингові дослідження. Суть їх, стосовно до інформаційної сфери АПК, складається в попередньому вивченні інформаційних потреб користувачів шляхом цілеспрямованого формування попиту та пропозицій, більш ефективного їх задоволення.

Природа науково-технічної інформації як специфічного товару така, що на комерційній основі може розвиватися тільки визначена частина інформаційної сфери. Це означає, що інформаційна робота поділяється на неринкову, що існує за рахунок державного бюджету, і ринкову, що інвестується за рахунок споживачів, насамперед комерційних структур, підприємств харчової промисловості і ресурсного забезпечення. Закордонна практика свідчить про те, що внаслідок специфіки сільського господарства значка частка послуг по науковому забезпеченню і науково-технічній інформації для сільськогосподарських підприємств повинна інвестуватися з державного бюджету. Інформаційні служби звичайно інтегровані в державні системи науково-технічної пропаганди і консультування фермерів. Інакше кажучи, система інформації, виходячи з вищевказаних принципів, повинна поєднувати платність і безкоштовність, базуватися на бюджетних асигнуваннях і на оплаті споживачів. Слід зазначити, що в зарубіжних країнах на поширення сільськогосподарських знань держава виділяє значні грошові асигнування. Так, за нашими дослідженнями, в нашій країні на такі цілі приходиться 25-40% загальних асигнувань на розвиток сільськогосподарської науки.

Розвитку інноваційної діяльності сприяє утворення Національної ради України з інвестицій та інновацій і Державного агентства України з інвестицій та інновацій, де останньому доручено координувати роботу центральних органів виконавчої влади у цій сфері й організувати експертування інвестиційних та інноваційних програм і проектів, їх супроводження та фінансування, консультування.

Потреба підприємств АПК в інноваційно-інвестиційних ресурсах зумовлює активізацію пошуку шляхів істотного підвищення їх привабливості для зовнішніх інвесторів, здатних зробити суттєвий внесок у високотехнологічне їх переозброєння. Підготовка проектів інноваційно-інвестиційного розвитку підприємств АПК повинна мати інтелектуально-інформаційну підтримку від тих спеціалізованих структур, які володіють адекватними сертифікованими теоретичними знаннями і мають практичний досвід.

Для підвищення конкурентоспроможності аграрним формуванням необхідно впроваджувати нові технології у виробництво, у тому числі й ресурсозберігаючі, розширювати випуск інноваційної продукції, яка має кращі споживні властивості й спроможна успішно конкурувати на внутрішньому та зовнішньому ринках із зарубіжними аналогами.

Сутність ресурсозберігаючої технології полягає у скороченні витратної частини при вирощуванні певної культури й одержанні максимального прибутку. Важливою складовою при цьому є високопродуктивна і високотехнологічна техніка. Застосування ресурсозберігаючої технології дасть можливість вирощувати конкурентоспроможні на світовому ринку сільськогосподарські культури. Саме це сприятиме підвищенню рентабельності вирощування пшениці як важливої експортної культури. При стабільній світовій ціні на пшеницю вітчизняний аграрний сектор має кращі можливості знизити собівартість вирощування даної культури саме за рахунок родючості землі, використання сучасної техніки й дотримання відповідних агротехнологій. Застосування інноваційних технологій дасть можливість підвищити конкурентоспроможність таких культур, як ячмінь, кукурудза, соняшник, для досліджуваного регіону – овочевих.

Природо-кліматичні умови Херсонщини дозволяють розвивати в широких масштабах сільськогосподарське виробництво. Є можливість збирати з одного гектара по 40-45 ц озимої пшениці, по 25-27 ц соняшника, по 800-1000 ц помідорів, по 250-300 ц кавунів та багато іншої продукції. В області є можливість вирощувати високорентабельні сільськогосподарські культури, а саме кукурудза на зерно, сорго, озимий ріпак та соя. Технології вирощування дозволяють отримувати урожайність кукурудзи на зрошені не менше 100 ц/га, сої – 32-35 ц/га, сорго на суходолі – 45-50 ц/га, а на зрошені – 70-80 ц/га, озимого ріпаку на суходолі – 20 ц/га та на зрошені 35-40 ц/га. Рівень рентабельності при таких показниках урожайності становить: кукурудзи на зерно – 35-40%, сорго – 45-55%, сої – 80-85%, озимого ріпаку – 75-80%. Кукурудзу вирощують не тільки для харчової промисловості і для кормових цілей та використовують як зерно для виробництва етанолу. Пріоритетом у реалізації заходу щодо виробництва етанолу є залучення

інвестицій на переробку цієї сировини. Ріпак є сировиною для отримання біопалива. У 2008р. його посівні площі планується довести до 80,0 тис. га, а в 2010 р. – 136,0 тис. га. Для переробки ріпаку будуватимуться заводи на промисловій основі.

Херсонська область виробляє овочів більше 460,0 тис. т., фруктів – 58,0 тис. т., винограду – 36,0 тис. т. і продовольчих баштанних – 220,0 тис. т. Залучення коштів інвесторів у зрошення та в сучасну новітню техніку забезпечить ефективне вирощування високорентабельних сільськогосподарських культур і дотримання унікальної технології вирощування.

Фінансово-економічну цінність і всебічну користь Херсонщині може забезпечити розширення площ зрошуваного землеробства – це єдиний фактор стабільності та підвищення продуктивності землеробства. В області нараховується 425,7 тис. га зрошуваних земель, або 21,6% від наявних сільськогосподарських угідь. У проектному режимі використовується 275,0 тис. га, а 150,7 тис. га підлягає відновленню та реконструкції.

Одним із прогресивних методів отримання високих урожаїв при найменших витратах на одиницю продукції поливної води, матеріально-технічних ресурсів, фінансових витрат є впровадження краплинного зрошення, якого в області налічується більше 6 тис. га. Херсонські помідори на поливних землях дають до 120 т. з кожного гектара з умістом сухої речовини до 6 і більше відсотків. Такої кількості та якості продукції не спроможний дати жоден регіон України.

За останній час у регіоні зрошуваного землеробства формується зона гарантованого виробництва баштанних культур. Урожайність кавунів – 40-60 т.на га, на окремих площах – до 80 т.на га. При цьому вміст цукру становить 9,1% проти 8,4% на богарі. В області значно розширюються площі сої, яка дає можливість вирішити проблему білку. За даними Інституту землеробства південного регіону вміст білка в ньому підвищується на 0,3-2,2%. Розвинена рисова система, яка дає можливість отримувати до 50 тис. т. рису, цінної дієтичної культури.

Перспективність розвитку зазначених вище галузей аграрного комплексу Херсонщини значною мірою залежить від забезпеченості сільськогосподарських товаровиробників технікою. В аграрних підприємствах і фермерів області нараховується 13817 тракторів, 2332 зернозбиральні комбайни, 4240 плугів, 4971 культиваторів та 4537 сівалок. Технологічна потреба в тракторах забезпечена на 60%, зернозбиральних комбайнах на 62%, ґрунтообробних та посівних машинах на 85-90%. Сільськогосподарські підприємства області мають в наявності дощувальних машин 2894 од., із них в робочому стані 2467 од. Поливна техніка

відпрацювала два та більше нормативних термінів. Оновлення машинно-тракторного парку проводиться недостатніми темпами [147].

Розв'язанню проблем технічного переоснащення аграрного сектору сприятиме формування повноцінного ринку техніки та технічних послуг, який передбачав би: налагодження прямих і опосередкованих зв'язків між виробниками техніки, структурами технічного сервісу та сільськогосподарськими товаровиробниками (за участі банків, інших кредитних установ, страхових лізингових компаній); створення регіональних центрів маркетингу техніки, забезпечення державної підтримки у підвищенні купівельної спроможності сільськогосподарських товаровиробників, розробці та ухваленні відповідних нормативних документів.

Нині постійно підвищується роль фермерських господарств у виробництві екологічно чистої продукції на основі перспективних енерго- та ресурсозберігаючих технологій. Слід відзначити, що факторами інтенсифікації у фермерських господарствах є перш за все дотримання всіх параметрів технологічного процесу. Природним є те, що існуючі технології, напрями виробництва і методи обмежують можливості поліпшення виробничих результатів. Звідси виникає необхідність введення принципово нових вітчизняних і закордонних технологій, що дають можливість зробити сільськогосподарське виробництво високоприбутковою галуззю. На нашу думку, найбільш перспективними для впровадження та розвитку є наступні виробничі напрями спеціалізації фермерських господарств:

- в рослинництві: овочівництво на основі крапельного зрошення; вирощування лікарських культур, озимої пшениці, соняшнику, кукурудзи, ріпаку;

- у тваринництві: утримання и розведення кролів і птиці, вирощування молодняку для відгодівлі;

- у садівництві: інтенсивне закладання ягідників;

- у переробці та зберіганні продукції: виробництво соків, заморожування продукції садівництва.

В ідеальному варіанті розвитку фермерських господарств усі галузі повинні бути поєднані в єдиному безперервному виробничому процесі: – виробництво - переробка - реалізація, – що забезпечить ефективне функціонування цих агроформувань у сучасних ринкових умовах. У цьому аспекті розв'язання проблем розвитку інтенсивного виробництва відбувається через впровадження інноваційних перетворень на основі використання сучасних досягнень науково-технічного прогресу.

Наступним вирішальним етапом формування інноваційної моделі фермерського господарства є розробка основних етапів інноваційного

процесу та ефективно управління ним.

Інноваційний процес фермерського господарства – це логічно послідовний процес впровадження нововведень для виробництва екологічно безпечної та конкурентоспроможної продукції для одержання прибутку, створення міцної економічної бази для впровадження нових інноваційних перетворень.

На основі проведеного опитування фермерських господарств виявляється, що актуальністю сьогодення є попит на своєчасну інформацію як необхідної передумови забезпечення інноваційних перетворень у виробничій сфері.

Одним із найважливіших завдань місцевих органів державного управління і органів місцевого самоврядування є активізація інвестиційно-інноваційної діяльності, формування позитивного інвестиційного іміджу та значне нарощування обсягів інвестицій у сільське господарство. Збільшення притоку інвестицій розглядається нами як пріоритетний напрям діяльності місцевих органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування.

У зв'язку з цим нами запропоновано Програму інвестиційно-інноваційного розвитку фермерських господарств регіону.

Основною метою програми є поліпшення інвестиційного клімату в області, що матиме позитивний вплив на результативність та ефективність залучення будь-яких інвестиційних джерел, підвищення прибутковості підприємств та надходжень до бюджету.

Об'єктом реалізації програми – є фермерські господарства області.

Програма розроблена з метою формування сприятливого інвестиційного клімату, активізації інвестиційних процесів у Херсонській області, найбільш широкого залучення вітчизняних та іноземних інвестиційних ресурсів у розпиток економіки, соціальної сфери, науки тощо.

Програма має на меті:

– об'єднувати зусилля органів державної влади та усіх зацікавлених суб'єктів господарювання незалежно від форм власності у залученні інвестицій:

– ефективно і раціонально використовувати інвестиційні ресурси;

– залучаючи інвестиції, зокрема, іноземні, позитивно впливати па розвиток економіки області, запобігати створенню недобросовісної конкуренції і виникненню небажаних диспропорцій у господарському комплексі області, сприяти розвитку власного товаровиробництва;

– створювати банки даних суб'єктів сільськогосподарської діяльності щодо їх потенційного інвестування:

– організовувати підготовку фахівців інвестиційного процесу:

- упроваджувати прогресивні ресурсозберігаючі технології;
- завдяки ефективному інвестуванню розвивати пріоритетні напрямки сільськогосподарського виробництва, ринкову інфраструктуру, малий та середній бізнес.

Програма спрямована на створення рівних умов для вітчизняних та іноземних інвесторів. Головними принципами реалізації програми є:

- сприяння вітчизняним та іноземним інвесторам у всебічному вивченні об'єктів інвестування та надання їм додаткової інформації з боку державних установ:

- залучення до реалізації програми будь-яких суб'єктів господарювання, розташованих як на території області, так і за її межами:

- створення надійних гарантій для інвесторів з боку владних структур згідно з чинним законодавством:

- чіткого дотримання вимог діючого законодавства щодо режиму інвестування;

- відкритості інформації та сприяння інвесторам у всебічному вивченні об'єктів інвестування.

Вивчення інвестиційного ринку Херсонської області і країни, схеми вкладення інвестицій, сукупність практичних дій по їхній реалізації дозволили виявити і згрупувати учасників інвестиційної діяльності і розробити прийнятну технологію інвестування для фермерських господарств, а також розробити Програму інвестиційно-інноваційного розвитку фермерських господарств регіону. Основною метою програми є поліпшення інвестиційного клімату в області, що матиме позитивний вплив на результативність та ефективність залучення будь-яких інвестиційних джерел, підвищення прибутковості підприємств та надходжень до бюджету.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

- 1 Агрохолдинги в Україні: добре чи погано. Німецько-Український аграрний діалог. Інститут економічних досліджень та політичних консультацій. [Електронний ресурс] / Режим доступу: http://apdukraine.de/images/AgPP_21_Ukr.pdf
- 2 Азоев Г.Л. Конкурентные преимущества фирмы / Г.Л. Азоев, А.П. Челенков. – М.: ОАО «Новости», 2000. – 255 с.
- 3 Азоев Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика / Г.Л. Азоев. – М.: Центр экономики и маркетинга, 1996. – 208 с.
- 4 Азоев Г.Л. Маркетинг. Словарь. / Г.Л.Азоев, П.С.Завьялов, Л.Ш. Лозовский, А.Г. Поршев, Б.А. Райзенберг. – М.: Экономика, 2000. - 362 с.
- 5 Акофф Р. Планирование будущего корпорации / Р. Акофф. – М.: Прогресс, 1985. – 328 с.
- 6 Алькема В.Г. Управління змінами в системі економічної безпеки суб'єктів господарської діяльності / В.Г. Альгема, О.С. Кириченко // Вчені записки Університету «КРОК». – 2014 – Вип. 38, – С.112-118.
- 7 Аналітичний звіт комунікаційної платформи Globlee [Електронний ресурс] — Режим доступу: <https://www.searchengines.ru/ugc.html>
- 8 Андрушків Б.М. Економічна та майнова безпека бізнесу: навчальний посібник / Б.М. Андрушків, Л.Я. Малюта. –Тернопіль: ФОП Паляниця В.А., 2016. – 180 с.
- 9 Атлас новых профессий. 2-я ред. [Електронний ресурс] /Агентство стратегических инициатив, Московская школа управления «Сколково». – М., 2015. – Режим доступу: <http://www.atlas100.ru/future.pdf>
- 10 Афанасьев Н.В. Управление развитием предприятия: моногр. / Н.В. Афанасьев, В.Д. Рогожин, В.И. Рудыка. –Х.: ИНЖЕК, 2003. -184с.
- 11 Бавико О.Є. Стан та перспективи розвитку інвестиційної діяльності у Херсонській області/ О.Є.Бавико. – Бізнес-навігатор. – 2011. – № 23. – С.106-114
- 12 Бажан І. Економічна сутність та функції інтелектуального капіталу / І. Бажан // Україна: аспекти праці. – 2012. – № 2. – С. 30–35.
- 13 Бахрушин Володимир. Неформальна та інформальна освіта: навіщо вони нам потрібні [Електронний ресурс]/ В. Бахрушин - Режим доступу: <http://www.edukation-ua.org>.
- 14 Бланк І. Основи інвестиційного менеджменту / І. Бланк. - К.: Ніка-Центр, 2001. - 536 с.
- 15 Болотна О.В. Проблеми підвищення конкурентоспроможності промислового сектору в Україні: роль держави / О.В. Болотна,

- 2015. - №7. – С. 5-24.
- 143 Мескон М. Х. Основы менеджмента: Пер. с англ. / М.Х. Мескон, М.Альберт, Ф.Хедоури – М.: Дело, 1997. – 704 с.
- 144 Мешкова-Кравченко Н.В. Інформаційно-аналітичне забезпечення підприємницької діяльності / Н.В. Мешкова-Кравченко, А.В. Тарасюк // Бізнес-навігатор. – 2019. – Випуск 1(50). - С.92-96.
- 145 Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 38 (МСБО 38). Нематеріальні активи : [Електронний ресурс]. – режим доступу : https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929_050
- 146 Модель цифровой компетентности DigComp 2.1 (2017) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.hm.ee/sites/default/files>
- 147 Мохненко А.С. Развитие фермерских хозяйств в системе факторов конкурентного окружения: теория, методология, практика: дис. ... д-ра. экон. наук : 08.00.04 / Мохненко Андрей Сергійович; Международный университет бизнеса и права. – Херсон, 2011. – 435 с.
- 148 Мохненко А.С. Управление конкурентоспособностью предприятия на основе применения системного подхода / А.С. Мохненко, О.М. Федорчук, О.І. Протосвіцька / Вісник Східноєвропейського університету економіки і менеджменту – Черкаси, 2018. – № 2 (25). – С. 13-25.
- 149 Мужанова Т.М. Конкурентна розвідка як інструмент інформаційно-аналітичного супроводу забезпечення інформаційної безпеки підприємства / Т.М. Мужанова // Економіка і суспільство. - 2018. - Вип. 16. – С. 425–431. Режим доступу: http://economyandsociety.in.ua/journal/16_ukr/65.pdf
- 150 Негру-Водэ А.С., Макеенко М.М. Экономика межхозяйственных агропромышленных предприятий и объединений . М.: Колос, 1997. - 227 с.
- 151 Неформальна освіта: поняття, сутність, засади: Пам'ятка читачеві [Електронний ресурс]: - Режим доступу: <http://www.biblio.lib.kherson.ua/neformalna-osvita>.
- 152 Ніколайчук О. А. Развитие теоретических подходов до сущности та класифікації інвестицій в інтелектуальний капітал підприємства / О. А. Ніколайчук // Вісник Запорізького національного університету. Серія «Економічні науки». – 2012. – № 4(16). – С. 53–61.
- 153 Нові інформаційні технології в освіті [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://it-tehnolog.com/statti/novi-informatsiyni-tehnologiyinavchannya>.
- 154 Нові уявлення про рушійні сили економічного розвитку і вимоги до компетентностей майбутніх фахівців [Електронний ресурс] /

- 288 Fromlet H. Behavioural finance – theory and practical application. Business Economics, 2001. №7(1). С. 50–69.
- 289 Gavkalova N.L., Mapkova N.S. Formation and exploitation of intellectual capital: a scientific publication. Harkiv: View. KNEU. 2012. 252 p.
- 290 Kahneman D., Tversky A. Advances in prospect theory : Cumulative representation of uncertainty. Journal of Risk and Uncertainty, 1992. № 4. С. 297–323.
- 291 Kibanov A. Y., Kashtanova E.V. Personnel management: theory and practice: textbook. Moscow: Prospect, 2012. P. 64–100.
- 292 Kishore R. Theory of Behavioral Finance and its Application to Property Market: A Change in Paradigm. Australian Property Journal, 2004. Vol: 38. С. 105–111.
- 293 Krasheninnikov A.I. International Cooperative Alliance / A.I. Krasheninnikov – Moscow: Economics, 1980. – 230 p.
- 294 Kuznetsov E. A., Vasilyev A.S. Priorities of modern management training. Market Economics: Modern Management Theory and Practice. Collection of scientific works. Odessa, 2003. Vol. 6. 7. P. 10–16.
- 295 Makarenko S.M. Development of the information component of the enterprises of the region as the main resource for increasing their competitiveness. Economic innovation. Issue 36. The Ukrainian Black Sea in the context of economic alternatives: current challenges and anti-crisis strategies. Collection of scientific works. Odessa: YPREED NAS of Ukraine, 2009. P. 482-490.
- 296 Martos B. The theory of cooperation / B. Martos – Podbrady, 1923. – 76 p.
- 297 Mensch Gerhard Das technologische. Patt: Innovationen überwinden die Depression, Frankfurt am Main, 1975.
- 298 Mokhnenko A. Formation of account of reservoir expenses model / I.Perevozova, A.Mokhnenko, L.Mykhailyshyn, O.Stalinska, O.Vivchar // Academy of Accounting and Financial Studies Journal. – London, 2019. – № 23. – Special Issue 2. – Access mode: <https://www.abacademies.org/articles/formation-of-account-of-reservoir-expenses-model-8224.html>.
- 299 Munkner, Hans-H. Co-operative Principles and Co-operative Law. 4th Reprint. Institut fur Kooperation in Entwicklungsladndern. – Marburg/ Lahn, 1981. – 153 p.
- 300 Nikolaychuk O.A. Development of theoretical approaches to the essence and classification of investments in the intellectual capital of the enterprise. Bulletin of Zaporizhzhya National University. Economic Sciences Series. 2012. No. 4 (16). P. 53–61.
- 301 Oliinyk N.M. Formation of the organizational and economic mechanism of increase competitiveness of ukrainian milk processing plants / N.M. Oliinyk,

Любчук О. К. доктор наук з державного управління, професор, завідувача кафедри туризму ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет»
Ярченко Ю.В. PhD, кандидат історичних наук, доцент кафедри туризму ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет»

5.4. Система управління якістю в інтегрованому агропромисловому виробництві (1,1 друк. арк.)

Наумова Л.М. доктор економічних наук, професор
Наумов О.Б. доктор економічних наук, професор
Наумова О.В. аспірант
Херсонський національний технічний університет

5.5. Інвестиційно-інноваційне забезпечення конкурентоспроможного розвитку підприємств (1,3 друк. арк.)

Мохненко А.С. доктор економічних наук, професор
Федорчук О.М. кандидат економічних наук, доцент
Мельникова К.В. кандидат економічних наук
Херсонський державний університет

6.1. Прогнозування економічного розвитку підприємств в умовах невизначеності (0,4 друк. арк.)

Шарко М. В. доктор економічних наук, професор, професор кафедри економіки, підприємництва та економічної безпеки Херсонський національний технічний університет
Гусаріна Н. В. доктор економічних наук, професор, професор кафедри адміністративного менеджменту та проблем ринку Одеського національного політехнічного університету

6.2. Концептуальні засади економічної безпеки підприємства (0,6 друк. арк.)

Карлюка Д.О. кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економіки, підприємництва та економічної безпеки Херсонського національного технічного університету

6.3. Прогнозування надходжень податку на додану вартість (0,8 друк. арк.)

Сисоєнко І.А. кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри фінансів, банківської справи та стратхування Херсонського національного технічного університету

6.4. Моделювання системи розвитку сільськогосподарського машинобудування в регіоні (0,7 друк. арк.)

Лепьохіна О.В. доктор економічних наук, доцент, ПВНЗ МУБіП

**РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ
НЕСТАБІЛЬНОГО ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА:
УПРАВЛІННЯ, РЕАЛІЗАЦІЯ ТА ПЕРСПЕКТИВИ
МОНОГРАФІЯ**

Матеріали учасників монографії друкуються в авторській редакції. За дотримання норм авторського права та достовірність наведених фактичних даних відповідає автор матеріалів.

Відповідальний за випуск: *О.В. Шарко*
Художнє оформлення обкладинки: *С.Б. Трибулкіна*
Комп'ютерна верстка: *І.М. Іванов*