

Громадська організація
«Центр економічних досліджень та розвитку»

Збірник тез наукових робіт учасників
Всеукраїнської науково-практичної конференції

**РЕФОРМУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ СИСТЕМИ КРАЇНИ
В КОНТЕКСТІ МІЖНАРОДНОГО СПІВРОБІТНИЦТВА**

Одеса
2016

УДК 339.92(063)

ББК 65.58я43

Р 45

Матеріали друкуються в авторській редакції.

Редакція не завжди поділяє думку та погляди автора. Відповідальність за достовірність фактів, власних імен, географічних назв, цитат, цифр та інших відомостей несуть автори публікацій.

Відповідно до Закону України «Про авторське право і суміжні права», при використанні наукових ідей та матеріалів цього збірника, посилання на авторів і видання є обов'язковим.

Реформування економічної системи країни в контексті міжнародного співробітництва: збірник тез наукових робіт учасників Всеукраїнської науково-практичної конференції (м. Одеса, 22-23 липня 2016 р.) / ГО «Центр економічних досліджень та розвитку». – О. : ЦЕДР, 2016. – 140 с.

Реформирование экономической системы страны в контексте международного сотрудничества: сборник тезисов научных работ участников Всеукраинской научно-практической конференции (г. Одесса, 22-23 июля 2016 г.) / ОО «Центр экономических исследований и развития». – О. : ЦЭИР, 2016. – 140 с.

УДК 339.92(063)

ББК 65.58я43

Р 45

Капітанець С. В. РОЛЬ КОМПЕТЕНЦІЙ У ФОРМУВАННІ КЕРІВНОГО СКЛАДУ ДЕРЖСЛУЖБИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ЇЇ РЕФОРМУВАННЯ.....	39
Фрадинський О. А., Нагорічна О. С. ЕКОНОМІКО-ПРАВОВІ ЗАСАДИ ВИЗНАЧЕННЯ МИТНОЇ ВАРТОСТІ ТОВАРІВ В УКРАЇНІ	42
Шило О. І. ВПЛИВ ЗАСТОСУВАННЯ ТЕХНІЧНИХ ЗАСОБІВ МИТНОГО КОНТРОЛЮ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ ЗДІЙСНЕННЯ МИТНОГО КОНТРОЛЮ	45
СЕКЦІЯ 4. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ	
Астапенко О. А. ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОМУ ВИРОБНИЦТВІ	48
Астапенко О. А. РОЛЬ ІННОВАЦІЙ У РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ.....	50
Данілкова А. Ю. ПРОБЛЕМИ ОЦІНКИ ПРОЕКТІВ З ЕНЕРГОЕФЕКТИВНОСТІ НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ	52
Драчук Ю. З., Дульцева І. І. МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД ВИКОРИСТАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В ТУРИСТИЧНОМУ БІЗНЕСІ	54
Жукова О. Ю. СУДНОБУДІВНИЙ ІНЖИНІРИНГ УКРАЇНИ – ІННОВАЦІЙНИЙ ІНСТРУМЕНТ ВІДРОДЖЕННЯ ГАЛУЗІ	57
Завальнюк В. В. КОРПОРАТИВНА СТРАТЕГІЯ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ МАШИНОБУДУВАННЯ.....	60
Кісельова О. В. ПІДВИЩЕННЯ РОЛІ ЛОГІСТИКИ У РОБОТІ ПІДПРИЄМСТВ АГРОПРОМИСЛОВОГО КОМПЛЕКСУ.....	63
Легкий О. А. ДИСКУРС ПРИРОДИ КОМЕРЦІЙНОГО ТА НЕКОМЕРЦІЙНОГО МАРКЕТИНГУ В КОНТЕКСТІ ЇХНІХ ЗАВДАНЬ	64
Маринич О. І. ІНТЕНСИФІКАЦІЯ ПОЛЬОВОГО КОРМОВИРОБНИЦТВА ЯК ШЛЯХ РОЗВИТКУ ТВАРИННИЦТВА.....	67
Пасько О. В., Мартей Едвард Марквей МЕТАТЕОРІЇ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ	69
Петришин Л. П. ЦІНОВІ ТЕНДЕНЦІЇ НА СВІТОВОМУ Й НАЦІОНАЛЬНОМУ РИНКАХ ПРОДУКЦІЇ ТВАРИННИЦТВА	72
Чорний Р. Є., Сита Є. М. СУТНІСТЬ ЕКОНОМІЧНОЇ КАТЕГОРІЇ «РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВА».....	73
Толстая Н. В. ОСОБЛИВОСТІ ОЦІНКИ СТРАТЕГІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ.....	76

6. Бізнес-каталог підприємств України. UA-region.info. Будівництво і ремонт суден в Україні. Електронний ресурс. Режим доступу: <http://www.ua-region.com.ua/kved/Ind.35.11.0>

7. Інформаційний портал Polpred.com. Суднобудування, машинобудування № 1004833. Електронний ресурс. Режим доступу: http://polpred.com/?ns=1&ns_id=1004833

Завальнюк В. В.

асистент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи

*Вінницький торговельно-економічний інститут
Київського національного торговельно-економічного університету
м. Вінниця, Україна*

КОРПОРАТИВНА СТРАТЕГІЯ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ МАШИНОБУДУВАННЯ

Корпоративна стратегія відображає загальний план управління диверсифікованим підприємством машинобудування, що описує дії з досягнення певних позицій в різних галузях і підходи до управління окремими видами діяльності.

Корпоративна стратегія включає: розподіл ресурсів між господарськими підрозділами на основі портфельного аналізу, рішення про диверсифікацію виробництва з метою зниження господарського ризику і отримання ефекту синергії, зміну структури компанії, рішення про злиття, придбання, входження у ФПГ чи до складу інших інтеграційних структур, єдину стратегічну орієнтацію підрозділів компанії.

Найбільш поширені корпоративні стратегії розвитку бізнесу називаються базисними, або еталонними. На сьогоднішній день розрізняють три типи корпоративних стратегій (рис. 1), що відображають різні підходи до зростання підприємства і пов'язані із зміною стану одного або декількох елементів (рис. 2) [1, с. 35].

Стратегія зростання має на меті збільшення обсягів продажів, розширення асортименту продукції та виробничих потужностей. Її можуть дотримуватися керівники, що прагнуть до диверсифікованості своїх підприємств, щоб залишити ринки, що знаходяться в стагнації, і швидко зайняти ті, що розвиваються.

Розрізняють три типи стратегій зростання:

- стратегію концентрованого зростання;
- стратегію інтегрованого зростання;
- стратегію диверсифікованого зростання.

Стратегії концентрованого зростання пов'язані зі зміною продукту і (або) ринку і не зачіпають три інших елемента.

У разі слідування цим стратегіям підприємство намагається поліпшити свій продукт або почати виробляти новий, не змінюючи при цьому галузі. Що стосується ринку, то підприємство веде пошук можливостей поліпшення свого положення на існуючому ринку або розглядає можливість переходу на новий ринок. Конкретними типами стратегій першої групи є наступні:

– стратегія посилення позиції на ринку, при якій підприємство робить все, щоб з даним продуктом на даному ринку завоювати кращі позиції. Цей тип стратегії вимагає для реалізації великих маркетингових зусиль. Можливі також

спроби здійснення так званої горизонтальної інтеграції, при якій фірма намагається встановити контроль над своїми конкурентами;

– стратегія розвитку продукту, передбачає вирішення завдання зростання за рахунок виробництва нового продукту, який буде реалізовуватися на вже освоєному підприємством ринку [2, с. 312].

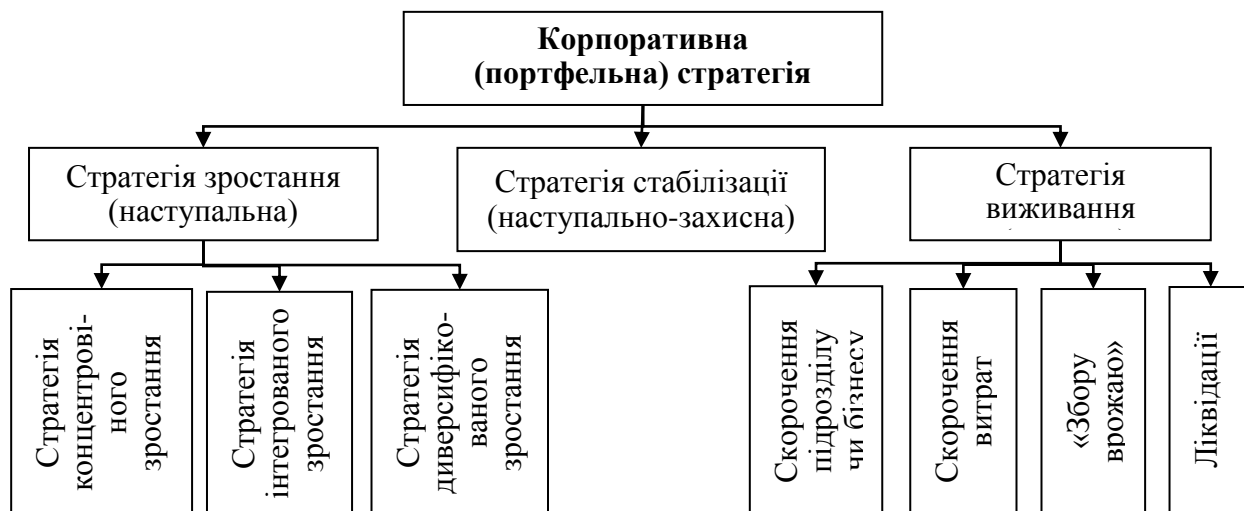


Рис. 1. Класифікація корпоративних стратегій підприємств машинобудування

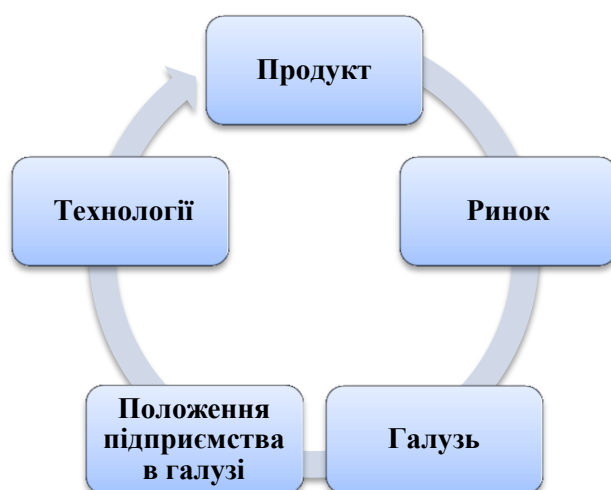


Рис. 2. Елементи, що визначають різні підходи до зростання підприємства

Стратегії інтегрованого зростання пов'язані з розширенням підприємства шляхом додавання нових структур. Підприємство може вдаватися до здійснення таких стратегій, якщо воно знаходиться в сильному бізнесі, не може здійснювати стратегії концентрованого зростання й у той же час інтегроване зростання не суперечить її довгостроковим цілям. Підприємство може здійснювати інтегроване зростання, як шляхом придбання власності, так і шляхом розширення зсередини. При цьому в обох випадках відбувається зміна положення підприємства всередині галузі.

Виділяються два основних типи стратегій інтегрованого зростання:

– стратегія зворотної вертикальної інтеграції спрямована на зростання підприємства за рахунок придбання або ж посилення контролю над постачальниками. Підприємство може або створювати дочірні структури, які здійснюють постачання, або ж купувати підприємства, що вже здійснюють

постачання. Реалізація стратегії зворотної вертикальної інтеграції може дати підприємству конкурентну перевагу в області витрат і знизити його залежність від коливання цін на комплектуючі, сировину, матеріали;

– стратегія вертикальної інтеграції (вперед) виражається у зростанні підприємства за рахунок придбання або ж посилення контролю над структурами, що знаходяться між підприємством та кінцевим споживачем, а саме системами розподілу і продажу. Даний тип інтеграції вигідний, коли посередницькі послуги дуже розширюються або ж коли підприємство не може знайти посередників, що якісно виконують послуги.

Стратегії диверсифікованого зростання реалізуються в тому випадку, коли підприємство далі не може розвиватися на даному ринку з даним продуктом в рамках даної галузі [3, с. 146].

Основними стратегіями диверсифікованого зростання є наступні:

– стратегія центрованої диверсифікації базується на пошуку і використанні додаткових можливостей виробництва нових продуктів, які вже існують в бізнесі. Тобто існуюче виробництво залишається в центрі бізнесу, а нове виникає виходячи з тих можливостей, які є в освоєному ринку та технологіях, що, використовуються, або ж в інших сильних сторонах функціонування підприємства;

– стратегія горизонтальної диверсифікації припускає пошук можливостей зростання на існуючому ринку за рахунок нової продукції, що вимагає нової технології, відмінної від тієї, що використовується. За такої стратегії підприємство повинно орієнтуватися на виробництво таких технологічно не пов'язаних продуктів, які б використовували вже наявні можливості підприємства, наприклад, у галузі постачання. Оскільки новий продукт повинен бути орієнтований на споживача основного продукту, то за своїми характеристиками він повинен бути супутнім для виробленого продукту;

– стратегія конгломератної диверсифікації полягає в тому, що підприємство розширюється за рахунок виробництва продуктів, технологічно не пов'язаних з тими, що вже виробляються, і які будуть реалізовуватися на нових ринках. Це одна з найскладніших для реалізації стратегій розвитку, оскільки її успішне здійснення залежить від багатьох факторів, зокрема, від компетентності наявного персоналу і особливо менеджерів, сезонності в житті ринку, наявності необхідних сум грошей і т.п. [4, с. 123].

Стратегія стабілізації є проміжним варіантом між стратегією зростання та виживання.

Стратегії скорочення реалізуються тоді, коли підприємство має потребу в перегрупованні сил після тривалого періоду зростання або у зв'язку з необхідністю підвищення ефективності, коли спостерігаються спади і кардинальні зміни в економіці. У цих випадках підприємства вдаються до використання стратегій цілеспрямованого і спланованого скорочення виробництва.

У реальній практиці підприємства машинобудування можуть одночасно реалізовувати кілька стратегій, а стратегія стабілізації є проміжним варіантом між стратегією зростання та виживання.

ЛІТЕРАТУРА

1. Довбня С. Б., Найдовська А. О., Хитько М. М. Стратегія підприємства. Частина 1: Навч. посібник. – Дніпропетровськ: НМетаАУ, 2011. – 71 с.
2. Василенко В. О., Ткаченко Т. І. Стратегічне управління підприємством: Навч. посібник. – Вид. 2-ге, виправл. і доп. За ред. Василенка В. О. – К.: ЦНЛ, 2004. – 400 с.

3. Виханский О. С. Стратегическое управление. – М.: МГУ, 2005. – 252 с.
4. Виханский О. С. Стратегическое управление. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Гардарики, 2008. – 292 с.

Кісельова О. В.

аспірант кафедри бізнес-адміністрування і права

*Полтавська державна аграрна академія
м. Полтава, Україна*

ПІДВИЩЕННЯ РОЛІ ЛОГІСТИКИ У РОБОТІ ПІДПРИЄМСТВ АГРОПРОМИСЛОВОГО КОМПЛЕКСУ

Логістика – це процес управління достатнім та ефективним (з погляду витрат та часу перебігу) потоком сировини, матеріалів, незавершеного виробництва, готової продукції, послуг, фінансів та супроводжувальної інформації від місця виникнення цього потоку до місця його споживання (включаючи приймання, відправлення, внутрішнє й зовнішнє переміщення) з метою повного задоволення потреб споживачів [1, с. 38].

Майже 80% території України займають сільськогосподарські угіддя. Це набагато більше, ніж у країнах Європи. Тому проблеми сільського господарства в нашій країні є дуже важливими, особливо на сучасному етапі розвитку країни.

Останнім часом застосування логістики стало поширюватись і на галузь сільського господарства. Це сталося через необхідність оптимізації роботи підприємств агропромислового комплексу, правильної оцінки потреби в виробничих потужностях та отримання від їх використання максимальної користі та вирішення інших проблем.

Логістичний напрям діяльності підприємств аграрного сектора логічно зумовлює використання концепції та інструментарію логістики у сфері матеріального забезпечення їх основної діяльності – через оптимізацію процесів закупівель основних засобів виробництва та інших матеріалів з метою створення або оновлення парку машин, обладнання, необхідних для виконання виробничого процесу відповідно до агротехнічних вимог [2, с. 95].

Застосування логістичного інструментарію дає змогу знизити витрати на виробництво, підвищити продуктивність праці, вдосконалити обслуговування споживачів, а отже отримати значні конкретні переваги на внутрішньому та зовнішніх ринках.

Також треба відмітити, що через недостатньо розвинену і нескоординовану систему агрологістики втрати продукції агропромислового комплексу сягають до 1/3 річного обсягу виробництва сільськогосподарської продукції. Наприклад, технічні втрати зерна досягають 15% річного врожаю, тоді як втрати зерна в країнах Європи та в США не перевищують 1-2% врожаю, що є технічно неминучим мінімумом [3].

Окрім цього, необхідний розвиток логістичної системи і в глобальному масштабі, адже, за висновками експертів, в над урожайні роки Україна втрачала значну частину прибутків саме через нерозвиненість логістичних систем.

Тому розвиток логістики у підприємствах агропромислового комплексу, дозволить підвищити їх конкурентоспроможність та прибутковість, отримати

Наукове видання

**РЕФОРМУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ СИСТЕМИ КРАЇНИ
В КОНТЕКСТІ МІЖНАРОДНОГО СПІВРОБІТНИЦТВА**

22-23 липня 2016 року, м. Одеса

Збірник тез наукових робіт учасників
Всеукраїнської науково-практичної конференції

Підписано до друку 29.07.2016. Формат 60x84/16.
Ум.-друк. арк. 8,14. Замовлення №0716-06. Ціна договірна.

Віддруковано з готового оригінал-макета.

Гарнітура Times New Roman.

Папір офсетний. Цифровий друк. Наклад 100 прим.

Надруковано у поліграфічному центрі:
ГО «Центр економічних досліджень та розвитку»
м. Одеса, вул. Велика Арнаутська, 17
+38 066 649 13 14