Кинаш И. А.
Подольский государственный аграрно-технический университет

РЕГУЛИРОВАНИЕ ПРОЦЕССОВ РЕСУРСОСБЕРЕЖЕНИЯ НА ОСНОВЕ УСОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО МЕХАНИЗМА

Резюме
Определены сущность и значение ресурсосбережения в экономическом механизме охраны окружающей среды. Предложены методические подходы к оценке ресурсосберегающего потенциала. Разработаны методические подходы к обоснованию приоритетности ресурсосберегающих мероприятий на уровне предприятия и региона. Предложены подходы к оценке экологических последствий реализации проектов ресурсосбережения.
Ключевые слова: ресурсосбережение, охрана окружающей среды, ресурсы, экологическая проблема, ресурсосберегающие программы.

Kinash I. A.
Podolsky State Agricultural University

REGULATION OF RESOURCES SAVING PROCESSES AT THE BASE OF ECONOMIC MECHANISM IMPROVEMENT

Summary
It's defined the essence and significance of resource in the economic mechanism of environmental protection. It's proposed methodological approach to the evaluation of conservation building. Methodological approaches to the validity of the priority resource activities at the enterprise level and region. There is proposed approach to the assessment of environmental impacts of resource projects.
Keywords: resource conservation, environmental protection, resources, environmental problems, resource program.

УДК 338.2

Шерстюк Р. П.
Кінаш І. А.
Погайдак О. Б.
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
Кузьмак О. І.
Рівненська філія ПВНЗ «Європейський університет»

АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ ІННОВАЦІЙНО-РЕСУРСНОЇ ТА ЛОГІСТИЧНО-МАРКЕТИНГОВОЇ КОМПОНЕНТ ОРГАНІЗАЦІЙНОГО МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Розкрито особливості євроінтеграційної трансформації промислового підприємства з використанням багатокомпонентного аналітичного підходу. Встановлено, що провідними його складовими є інноваційно-ресурсна та логістично-маркетингова компоненти. Внесені пропозиції сприятимуть прискоренню процесів євроінтеграційної трансформації підприємства та підвищать ефективність його роботи. Усе це з залученням багатокомпонентного аналітичного підходу дозволить більш ефективно використовувати інноваційно-ресурсний та логістично-маркетинговий компоненти в управлінні суб'єктами господарювання постконфліктного суспільства.
Ключові слова: стратегія, стратегічне управління, постконфліктні умови, аналітичний підхід, цільовий підхід, інноваційний розвиток.

Постановка проблеми. У постконфліктних умовах та утвердженні в Україні європейських механізмів, підвищення ефективності інноваційно-ресурсної, логістично-маркетингової та антикризової управлінської компонент значну роль відіграє використання нових, багатокомпонентних аналітичних підходів. У сучасній літературі поки що немає однозначного визначення щодо розуміння багатокомпонентного аналітичного підходу у контексті стратегічного управління розвитком підприємства. У теорії і практиці стратегічної діяльності та управління нею він ще не знайшов широкого застосування у процесі підготовки управлінських рішень. Якщо у науковців немає сумніву стосовно необхідності впровадження в діяльність суб'єктів господарювання згаданих підходів, то більшість керівників підприємств справді ще не відмовились від твердження про неможливість використання досвіду зарубіжних корпорацій на українських підприємствах до дуже обережного погодження з тим, що окремі елементи багатокомпонентного аналітичного підходу до управління будуть корисними у недалекому майбутньому.

Усе це показує, що питання багатокомпонентного аналітичного підходу до організації стратегічного управління на промислових підприємствах України його всебічне матеріально-технічне, ресурсне та інформаційно-комунікаційне забезпечення є актуальними і своєчасним та потребує

© Шерстюк Р. П., Кінаш І. А., Погайдак О. Б., Кузьмак О. І., 2015

відповідних досліджень. Особливо це стосується питань формування нових видів діяльності промислових підприємств у постконфліктних умовах.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У науковій літературі із багатокомпонентного аналітичного підходу до стратегічного управління та проблем антикризового управління загальну стратегію діяльності та поведінки підприємства на конкретному ринку окремі науковці визначають як економічну. При цьому під економічною вони пропонують розуміти, з одного боку, стратегію, що визначає правила та прийоми забезпечення економічно ефективного досягнення стратегічних цілей, а з іншого – стратегію, що базується на зацікавленості всіх учасників процесу в ефективності використання всіх управлінських компонент та розробки і реалізації стратегічних програм досягнення цієї мети.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Так, якщо розглянути більш конкретно існуючі економічні стратегії у згаданому сенсі, то треба погодитись, що найбільший інтерес становлять модель економічної стратегії А.П. Градова, у відповідності до якої всі стратегії класифікуються за якостями мікро- та макрорівнів. Це означає, що результати реалізації керівництвом підприємства стратегічних рішень тією чи іншою мірою обумовлені, з одного боку, впливом цих сфер на характер стратегічних рішень, що приймаються в кожному конкретному випадку, а з іншого – впливом самих стратегічних рішень на процеси, що відбуваються в зовнішньому та внутрішньому середовищі підприємства [8].

Слід зауважити, що досить часто стратегія діяльності підприємства розглядається лише з погляду стратегії розвитку. Це, у свою чергу, на думку І.А. Ігнатієвої, приводить до досить вузького розуміння інших стратегій діяльності підприємства. Таким чином, вчений підтримує погляд на цю проблему Ф. Котлера, який також розглядає класифікацію потенціальних стратегій розвитку.

Як відмічає О.В. Хаджинова, стратегії інтенсивного розвитку фахівці рекомендують розглядати в умовах, коли не до кінця використовується потенціал існуючих ринків та товарів. При цьому вони групу стратегій інтенсивного розвитку розглядають в умовах, коли не до кінця використовується потенціал існуючих ринків та товарів. Що стосується групи стратегій інтеграційного зростання, то їх пропонується використовувати лише у двох випадках: при стабільній позиції в галузевій конкурентній боротьбі та коли є можливість залучення додаткових переваг (синергетичних ефектів).

Такий підхід у науковій літературі відомий під назвою «об'єктно-цільовий». Як зазначає І.А. Ігнатієва, даний підхід орієнтований в першу чергу на об'єкт, а це означає, що головну роль об'єкт відіграє саме в ході проектування стратегічного управління. Об'єктно-цільовий, тобто орієнтований на об'єкт підхід, передбачає наявність відповідної об'єктно-цільової системи, яка є сукупністю максимально ізольованих один від одного об'єктів, де кожному окремому об'єкту делегуються визначені повноваження системи, за виконання яких цей об'єкт несе відповідальність. При цьому інші об'єкти не знають, яким чином цей об'єкт буде виконувати ті чи інші функції, вони лише знають їх перелік та результат виконання.

За цією теорією, кожний об'єкт є представником певного класу однотипних об'єктів. Оскільки клас визначає загальні властивості для всіх об'єктів, то фахівці визначають такі властивості:

– склад та структура даних, що описує атрибути класу та відповідних об'єктів;

– сукупність методів-процедур, що визначають взаємодію суб'єктів цього класу із зовнішнім середовищем [8].

Мета статті полягає у дослідженні та обґрунтуванні ефективності інноваційно-ресурсної, логістично-маркетингової та антикризової управлінської компоненти, що властиві діяльності кожного підприємства та потребують наукового розвитку в означених контекстах.

Виклад основного матеріалу дослідження. Визначення та реалізація багатокомпонентного аналітичного підходу у стратегії розвитку підприємств відносяться до числа складних і трудомістких робіт, які на вітчизняних підприємствах ніколи не здійснювалися на належному рівні. Це пов'язано з тим, що управління підприємством не має належного інформаційно-комунікативного забезпечення та зорієнтовано зараз головним чином на рішення короткострокових проблем функціонування підприємств. Така ситуація призводить до частої зміни завдань, які ставляться перед підприємствами у постконфліктних умовах, зміни пріоритетів їх господарської діяльності та зниження конкурентоспроможності.

Основна проблема в постконфліктних умовах, на нашу думку, полягає в тому, що більшість підприємств являє собою тимчасові структури, які не володіють необхідним запасом інтелектуальної, організаційної, економічної, виробничої потужності, що не дозволяє провести у випадку необхідності ефективне оновлення виробництва. Однак розвиток ринкових відносин в євроінтеграційних контекстах визначає необхідність зміни стереотипів господарювання, що склалися на сьогодні, а також характеру управління. У першу чергу це відноситься до тієї діяльності, яка визначає саме перспективи розвитку підприємств. Виходячи з вищенаведеного, при формуванні та впровадженні євроінтеграційних процесів у діяльність промислових підприємств необхідно визначити загальну стратегію його розвитку, яка може бути розроблена за певною схемою (рис. 1).

При визначенні суті стратегії та стратегічного управління в теорії використовуються три основні підходи: цільовий, системний, ситуаційний. Згідно з розумінням багатокомпонентного аналітичного підходу в умовах стратегічного управління за цільовим підходом, стратегічна діяльність підприємства орієнтується перш за все на визначення системи потреб конкретного підприємства, кількісних і якісних характеристик у виробничому потенціалі системи, відносно яких застосовується цільовий підхід. Ефективність процесу залежить від усестороннього забезпечення цієї чи іншої компоненти управлінського процесу.

Таким чином, спрямованість кожної конкурентної стратегії інноваційно-ресурсного та логістично-маркетингового розвитку підприємства з використанням багатокомпонентного аналітичного підходу визначається орієнтованим уявленням конкретної мети, яка може уточнюватись у процесі розробки і реалізації стратегії, поступово наближуючись до конкретної мети інноваційного розвитку підприємства. При цьому для кожної цілі визначається своя стратегія, яка є засобом реалізації плану.

На рис. 2. нами подано схему управління підприємством на основі цільового підходу до визна-

чення стратегії інноваційного розвитку підприємства з використанням багатокомпонентного аналітичного підходу.

Як відомо, мета промислового підприємства за класичною схемою подається у вигляді так званого «дерева цілей». Для того щоб вибрати відповідну меті підприємства стратегію, необхідно кожному цільовому орієнтиру поставити у відповідність конкретну стратегію відповідного рівня розвитку підприємства.

Саме сукупність цих стратегій утворить систему стратегій інноваційно-ресурсного та логістично-маркетингового розвитку промислового підприємства. Ці та інші обставини обумовлюють необхідність побудови ієрархічної стратегії інноваційно-логістичного розвитку підприємства.

Як відмічає О.І. Хаджинова, слід зазначити, що поява нової стратегії, наприклад, інноваційного розвитку конкретного підприємства, ставить її в повну залежність від загальних цілей. Кожний новий вид діяльності потребує власної стратегії незалежно від того, чи змінюються загальні цілі, чи досягнуті вже поставлені. Тому разом із цільовим та системним підходами досить широкого використання набув багатокомпонентний аналітичний підхід в основі якого лежить мета цілої системи управління (конкретного підприємства). При цьому процес дослідження базується на врахуванні взаємозв'язків компонент як усередині системи, так і в зовнішньому середовищі.

Системний підхід – це дослідження способів організації елементів системи як єдине ціле і взаємодія процесів функціонування системи, її підсистем і елементів. Використання системного підходу пов'язане з кількома аспектами: по-перше,

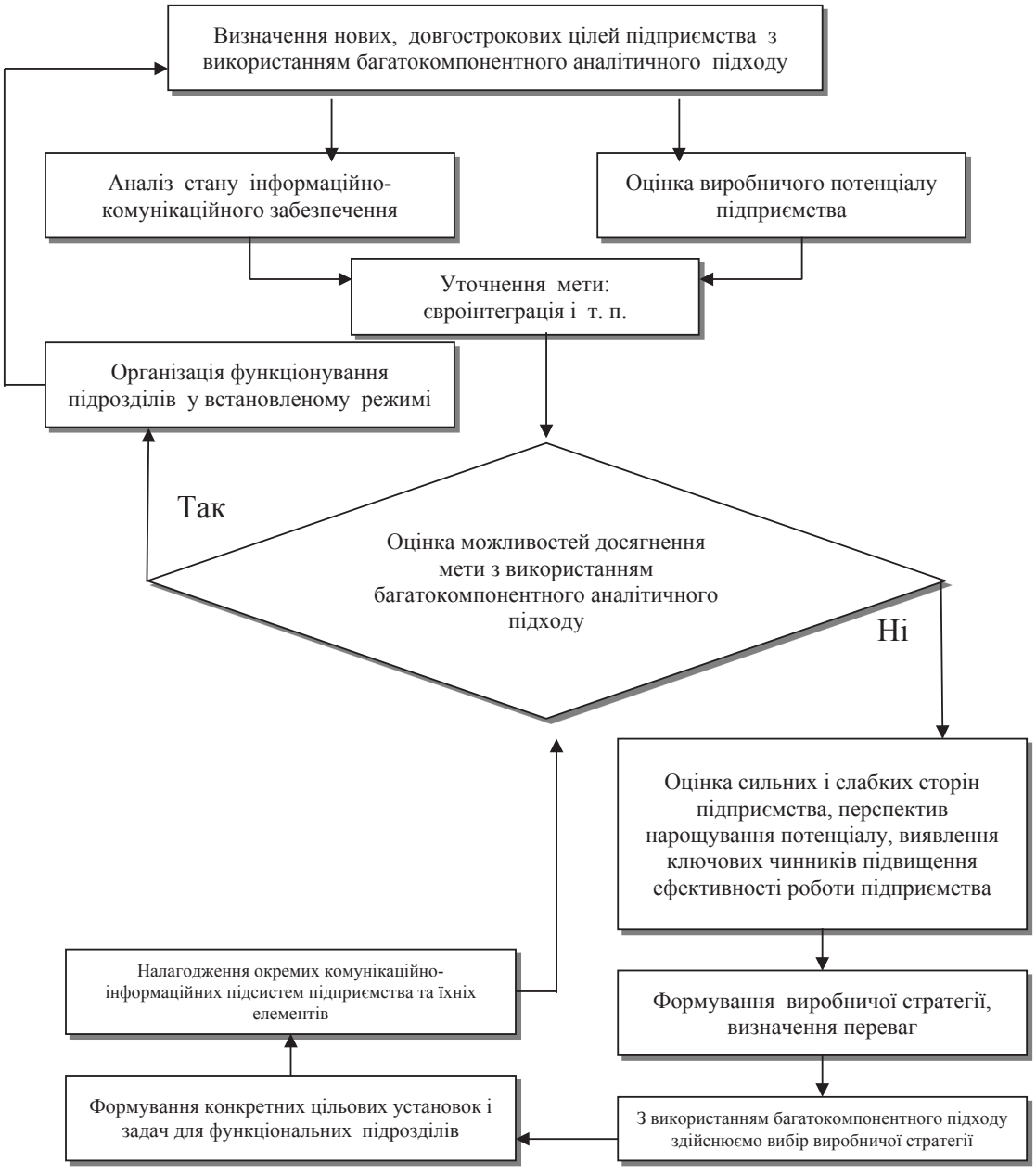

Рис. 1. Етапність реалізації багатокомпонентного аналітичного підходу до формування стратегії розвитку підприємства та його матеріально-технічного, ресурсного та інформаційно-комунікаційного забезпечення

необхідно чітко визначити мету дослідження, а по-друге, важливим для стратегічного управління є визначення з використанням багатокомпонентного аналітичного підходу, структури стратегічного набору та його відповідності організаційній структурі системи в цілому [1].

Тут також є різні наукові думки стосовно того, якими наборами класифікацій стратегій необхідно подавати ту чи іншу систему стратегій у євроінтеграційному контексті. Однак немає сумніву, що у будь-якому випадку класифікація стратегій підприємства є багатоланковою. Це пояснюється тим, що стратегія є досить складною категорією і її можна розділити на конкретні та локальні стратегії за різними ознаками.

Крім загальних стратегій, які являють собою альтернативи поведінки підприємств у конкурентному середовищі, деякі науковці виділяють загальні стратегії поведінки підприємства в залежності від стадії його життєвого циклу. У таких випадках йдеться не тільки про загальну стратегію зростання, але й про цілу низку стратегій: стабілізації, реструктуризації, скорочення діяльності, ліквідації, а також різні комбінації усіх цих стратегій.

Загальні стратегії підприємства на основі багатокомпонентного аналітичного підходу деталізуються у конкретних стратегіях, що дозволяє підприємствам досягати поставлених цілей та розв'язувати певні завдання інноваційно-логістичного розвитку у визначених умовах господарювання.

Якщо проаналізувати думку окремих науковців стосовно конкретних стратегій, то можна зауважити, що вони в загальному вигляді класифікуються за трьома основними чинниками [5].

По-перше, за етапами життєвого циклу товарів і послуг, технологій та стратегічних зон господарювання – розробка, впровадження, зростання продажів, зрілість, насиченість ринку, зменшення обсягів реалізації, зняття з виробництва, відхід з ринку.

По-друге, за стадіями розвитку самого підприємства – організація нового бізнесу, концентрація та розвиток одного напряму, перенесення капіталу в інші сфери бізнесу, ліквідація підприємства.

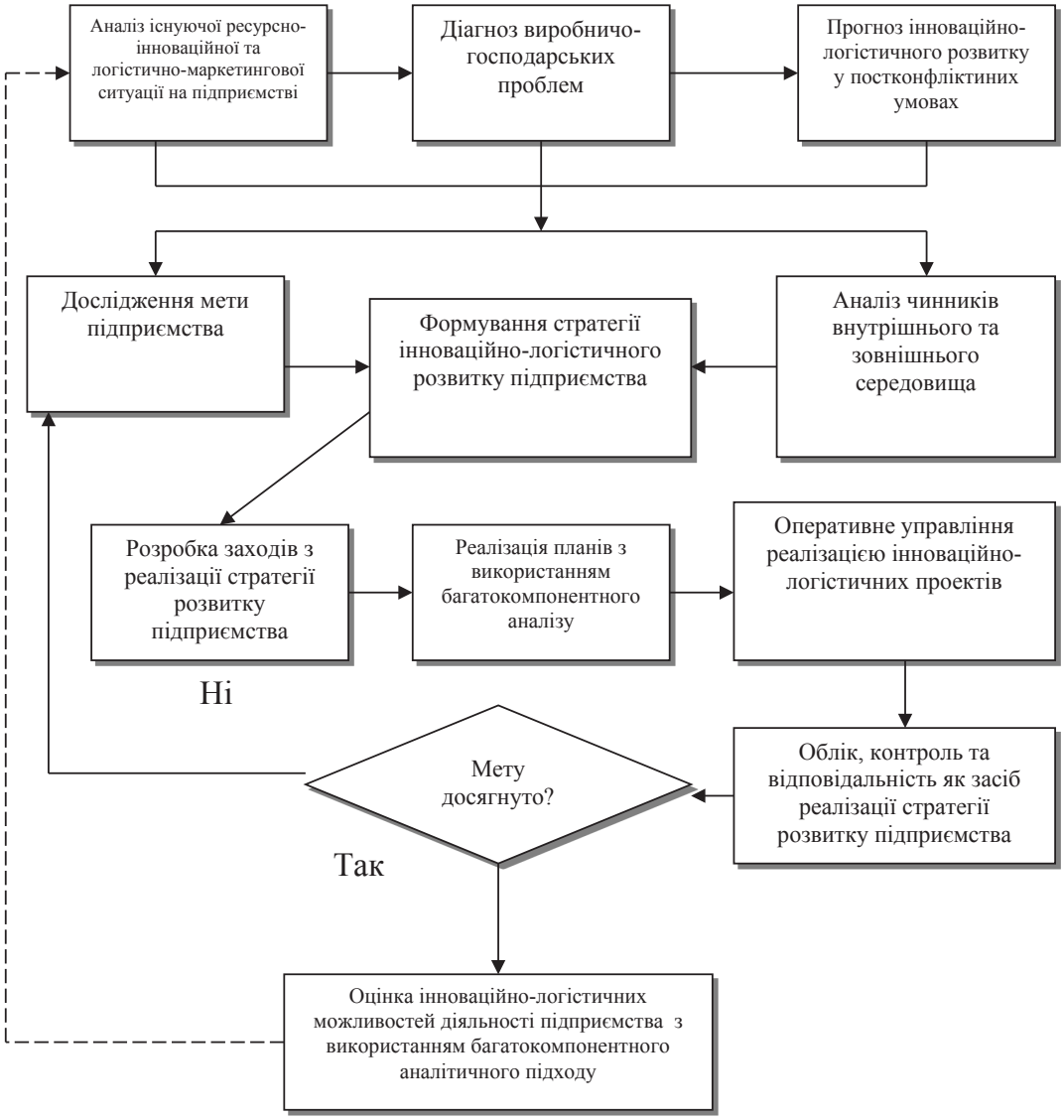

Рис. 2. Схема організації управління з використанням багатокомпонентного аналітичного підходу до визначення ефективності інноваційно-ресурсної та логістично-маркетингової компонент розвитку підприємства у постконфліктних умовах

Джерело: адаптовано за [8]

По-третє, за елементами мікро- та макросередовища, що фактично використовуються в процесі функціонування підприємства – стратегії в різних сферах бізнесу та стратегії розвитку ресурсного потенціалу за видами ресурсів [8].

Ураховуючи багатоплановий характер діяльності підприємств, деякі вчені висловлюються про необхідність формування певного переліку взаємопов'язаних стратегій, що являють собою так званий «стратегічний набір». На думку авторів статті, саме такий підхід до визначення стратегії інноваційного розвитку підприємств та класифікація всіх можливих стратегій є необхідним у даних умовах господарювання.

Так, у стратегічному управлінні розвитком підприємства як класи, що потребують наявності певних стратегій, можуть виступати такі складові логістичної системи підприємства, як персонал, фінансові ресурси, інвестиції, матеріальні ресурси, потужності виробництва, продукція, зовнішньоекономічна діяльність тощо.

Але, на думку авторів, найбільш актуальним та придатним в сучасних умовах господарювання повинні стати інноваційно-ресурсний та логістично-маркетинговий компоненти у формуванні стратегії інноваційного розвитку промислових підприємств. Таким чином, для кожного окремого підприємства стратегічний набір повинен бути варіативним у залежності від присутності певного класу та його характеристик. Окрім того, стратегія і класи повинні бути настільки рухомими і гнучкими, щоб з'явилася реальна можливість їх змінити в залежності від вимог часу та ситуації, яка має місце в даний конкретний період господарювання.

Висновки. Отже, в умовах євроінтеграційної трансформації підприємства ефективна діяльність логістично-інноваційної системи підприємства, яка включає інноваційно-ресурсну та логістично-маркетингову компоненти, неможлива без інформаційної системи. Це пов'язано в першу чергу з тим, що ефективна діяльність залежить від наявності комплексної системи управління фінансовими та виробничими ресурсами, персоналом, постачанням і збутом, що відбуваються в межах системи.

На сьогоднішній день інформація в діяльності логістично-маркетингової системи підприємства необхідна для координації потоків матеріалів, сировини, готової продукції що, без сумніву, прискорить євроінтеграційну трансформацію підприємства.

Науковий і практичний стан досліджуваної проблеми зумовлює необхідність розробки механізму впровадження інформаційних систем в управління логістичною системою підприємства. Для розв'язання цієї проблеми доцільно розробити модель та механізм процесу впровадження інформаційної системи управління логістичною системою підприємства.

Список літератури:

1. Андрушків Б.М. Основи менеджменту: методологічні положення та прикладні механізми : [підручник] / Б.М. Андрушків, О.Є. Кузьмін. – Тернопіль : Лілея, 1997. – 292 с.
2. Бажал А. Статистика / А. Бажал // Дзеркало тижня. – 2010. – № 49, 30 грудня / [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://dt.ua/ARCHIVE/statistika-61800.html.
3. Данилишин Б.М. Феноменологічні альтернативи економічного зростання України / Б.М. Данилишин, В.В. Микитенко : у 2-х т. Т.1. – К. : Нічлава, 2008. – 336 с.
4. Андрушків Б.М. Економічна та майнова безпека підприємства і підприємництва. Антирейдерство / Б.М. Андрушків. – Тернопіль :Терно-граф, 2008. – 424 с.
5. Андрушків Б.М. Інноваційна політика : [навч. посіб.] / Б.М. Андрушків [та ін.] ; за заг. ред. Б.М. Андрушківа. – Тернопіль : Терно-Граф, 2012. – 484 с.
6. Андрушків Б.М. Комплексна науково-технічна програма «Нова економіка Тернопільської області» / Б.М. Андрушків, О.Б. Бойко, Н.Б. Кирич. – Тернопіль : Терно-Граф, 2015. – 196 с.
7. Кирич Н.Б. Гібридна війна як метод реалізації агресивних планів / Н.Б. Кирич, Б.М. Андрушків, О.Б. Погайдак // Галицький економічний вісник. – 2014. – № 4(47). – С. 57–69.
8. Хаджинова О.В. Логістична стратегія управління витратами великого багатопрофільного промислового підприємства : дис. ... к. е. н. : спец. 08.06.01 / О.В. Хаджинова. – Донецьк. – 2006 р. – 214 с.

Шерстюк Р. П.
Кинаш И. А.
Погайдак О. Б.
Тернопольский национальный технический университет имени Ивана Пулюя
Кузьмак О. И.
Ровенский филиал ЧВУЗ «Европейский университет»

АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИННОВАЦИОННО-РЕСУРСНОЙ И ЛОГИСТИЧЕСКИ-МАРКЕТИНГОВОЙ КОМПОНЕНТ ОРГАНИЗАЦИОННОГО МЕХАНИЗМА УПРАВЛЕНИЯ В УСЛОВИЯХ ЕВРОИНТЕГРАЦИОННОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Резюме
Раскрыты особенности евроинтеграционных трансформаций промышленного предприятия с использованием многокомпонентного аналитического подхода. Установлено, что ведущими его составляющими являются инновационно-ресурсная и логистически-маркетинговая компоненты. Внесенные предложения будут способствовать ускорению процессов евроинтеграционных трансформаций предприятия и повысят эффективность его работы. Все это с привлечением многокомпонентного аналитического подхода позволит более эффективно использовать инновационно-ресурсный и логистически-маркетинговый компоненты в управлении субъектами хозяйствования постконфликтного общества.

Ключевые слова: стратегия, стратегическое управление, постконфликтные условия, аналитический подход, целевой подход, инновационное развитие.

Sherstuk R. P.
Kinash I. A.
Pogaydak O. B.
Ternopil Ivan Puluy National Technical University
Kuzmak O. I.
European University, Rivnens'k Institute

ANALYSIS OF EFFECTIVENESS IN INNOVATION, RESOURCE, LOGISTICS AND MARKETING COMPONENTS OF ORGANIZATIONAL MECHANISM OF MANAGEMENT IN CONDITIONS OF TRANSFORMATION EUROPEAN INTERNATIONAL ENTERPRISE

Summary
There are disclosed features of European integration transformation of industrial enterprises using multi-analytical approach. It was found that the major components are innovative and resource logistics and marketing components. The suggestions will help accelerate the European integration of enterprise transformation and improve its performance. All this, involving multi-analytical approach will allow more efficient use of resources and innovative logistics and marketing components in the management of post-conflict society entities.
Keywords: strategy, strategic management, post-conflict conditions, analytical approach, a targeted approach, innovative development.

УДК 658.5

Нишенко О. В.
Київський національний університет технологій та дизайну

ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ТА КЛАСИФІКАЦІЇ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ВИРОБНИЧОГО ПІДПРИЄМСТВА

Стаття присвячена теоретичному аналізу сутності поняття «бізнес-процес» та класифікації бізнес-процесів. На базі праць вітчизняних і зарубіжних науковців досліджено підходи до визначення поняття «бізнес-процес» та запропоновано власне трактування. Розглянуто та узагальнено сучасні підходи до класифікації бізнес-процесів виробничого підприємства.
Ключові слова: процес, бізнес-процес, класифікація бізнес-процесів, виробниче підприємство, основні бізнес-процеси, допоміжні бізнес-процеси, процеси управління, бізнес-процеси розвитку.

Постановка проблеми. Світова практика позиціонує виробниче підприємство як основну структурну одиницю народного господарства країни. Розвиток власної промисловості є запорукою сталого економічного розвитку держави. В умовах ринкової економіки для підвищення ефективності діяльності, конкурентоспроможності та інтеграції на світовий ринок підприємство повинно постійно проводити моніторинг та удосконалювати систему управління. Нині найбільш прогресивним, широко використовуваним у світі підходом до управління визнано процесний. Відповідно до нього підприємство рекомендується розглядати як сукупність взаємопов'язаних бізнес-процесів.

Нині перед вітчизняними підприємствами стоїть завдання знайти власне розуміння терміну «бізнес-процес» та класифікувати бізнес-процеси, що протікають на підприємстві, відповідно до специфіки діяльності для їх подальшої оптимізації у відповідності до умов ринку та потреб споживачів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання трактування та класифікації бізнес-процесів стали предметом дослідження багатьох вітчизняних і зарубіжних науковців, серед яких: Т. Девенпорт [1], В.В. Горлачук та І.Т. Яненкова [2], Е.В. Попова та Є.Г. Ойхман [3], В.О. Антонов [4], І.М. Доренська [5], Б. Андерсен [6], М. Робсон та Ф. Уллах [7], М. Хаммер та Дж. Чампі [8], В.В. Репін та В.Г. Еліферов [9], Є.С. Баландін та В.Г. Юдаєва [10], Д. Харрінгтон, К.С. Есселінг та Х.В. Німвеген [11], А.В. Шеєр [12], І.В. Сіменко та Т.Д. Косова [13] та інші.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. У дослідженнях бізнес-процесів, незважаючи на велику кількість наукових праць, ключовими залишаються два питання: визначення поняття «бізнес-процес» та класифікація бізнес-процесів.

Мета статті – розвиток понятійно-категоріального апарату управління бізнес-процесами підприємства шляхом доповнення теоретичних здобутків вітчизняних і зарубіжних науковців, зокрема уточнення визначення дефініції «бізнес-процес»; систематизування підходів до класифікації бізнес-процесів та розширення класифікаційного ряду.

Виклад основного матеріалу. У науковій літературі зустрічається багато трактувань дефініції «бізнес-процес», але нині не існує єдиного прийнятого у наукових колах визначення (табл. 1).

Класичним вважається визначення Т. Девенпорта, згідно з яким під бізнес-процесом пропонується розуміти специфічно упорядковану сукупність робіт, завдань у часі та просторі, із зазначенням початку і кінця, з точним визначенням входів і виходів [1, с. 17].

У сучасній економічній науці більшість науковців взагалі не проводять розмежування між поняттям «процес» і «бізнес-процес», вважаючи дані поняття рівнозначними. Проте поняття «процес» є більш широким і може використовуватися при описі різних видів діяльності, тому

© Нишенко О. В., 2015