

3. Міністерство інфраструктури України. Офіційний сайт. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.mintrans.gov.ua/uk/>
4. Транспортна стратегія України до 2020 року. Затверджено КМУ №2174-р від 20.10.2011. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: // <http://www.kmu.gov.ua/>
5. Державний комітет статистики України [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

УПРАВЛІННЯ ГУДВІЛОМ НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ

*Фесенко М.С., к.т.н., доцент кафедри економіки і управління,
ДонДТУ, м. Алчевськ, Україна*

Тенденції розвитку компаній за останні десятиліття показують, що разом із сучасною матеріально-технічною базою на результати їх діяльності істотно впливають і невідчутні компетенції підприємств - так званий гудвіл. Гудвіл має значення не тільки для компаній-гігантів, що мають вихід на фондовий ринок, але і для малих підприємств, які значною мірою і формують бізнес-середовище в Україні [1].

Проте на вітчизняних підприємствах цьому важливому компоненту діяльності не приділяється належної уваги. Топ-менеджери або взагалі не знайомі з цим поняттям, або мають на увазі під ним щось, що відрізняється від класичного розуміння (імідж, репутація, торгова марка, бренд). На підприємствах навіть проводять вартісну оцінку, того, що топ-менеджмент вважає «гудвілом», часто всупереч найбільш поширеним методикам. Проте така вартісна оцінка має значення лише при продажу підприємства або частини бізнесу. Причому на практиці підприємство, а отже, і сукупність елементів, що формують вартість підприємства, коштує рівно стільки, скільки за нього готові заплатити на ринку.

На підприємствах регіонального рівня при їх продажу, оцінці частіше піддаються матеріальні активи і майнові права, а ділова репутація визначається як все те, що сплачено понад матеріальну базу. Тому вартісна оцінка гудвілу для малих підприємств достатньо умовна.

У повсякденній господарській діяльності підприємств важлива не стільки вартість нематеріальних активів, скільки переваги, які має суб'єкт господарювання в результаті використання розвиненого гудвілу. Значущість в управлінській діяльності більшою мірою мають саме якісні характеристики

невідчутних компетенцій підприємства, оцінка стану яких на практиці фактично не ведеться.

Керівництво багатьох компаній має досвід управління окремими компонентами гудвілу, але єдиної стратегії управління ним на вітчизняних підприємствах немає. Частими бувають і такі ситуації, коли менеджмент організації концентрує всі зусилля на якомусь одному елементі гудвілу або на вузькій групі елементів. В результаті страждають якісні характеристики інших елементів. Це неминуче відбивається на інноваційному потенціалі організації, що є необхідною умовою для функціонування сучасних виробничих підприємств в умовах загострення конкуренції на внутрішньому ринку через очікуваний прихід на нього європейських компаній з відомими іменами.

Багато дослідників управління гудвілом пропонують розглядати невідчутні компетенції підприємства з позицій управління відносинами з контактними аудиторіями: споживачами (у тому числі і потенційними), PR-менеджерами, інвесторами, кредиторами і громадськістю [2, 3]. Тобто насамперед, на їх думку, необхідно керувати репутацією і ризиками репутацій. Проте репутація є всього лише одним з його елементів. Звичайно, в торгівлі дуже важливим є момент контакту продавця і покупця, коли велике значення має емоційна складова здійснення покупки. Проте коли ж мова заходить про промислові контракти на суми в декілька мільйонів гривень, відповідальні особи емоціями не керуються. У таких ситуаціях ведеться глибокий аналіз якості, вартості, термінів виготовлення замовлення і особливостей обслуговування після здійснення операції. І природньо, що вказані критерії оцінки не є результатом використання лише матеріальної бази підприємства.

На виробничому підприємстві гудвіл багато в чому формується результатом виробничого процесу. Тому на промислових підприємствах істотне значення мають не тільки сприйняття компанії клієнтами або персоналом, а, що важливіше, й організація внутрішніх бізнес-процесів.

Таким чином систему формування і управління гудвілом промислового підприємства необхідно вибудовувати паралельно з розробкою загальної стратегії розвитку компанії, яка сприятиме нарощуванню потенціалу гудвіла. Для цього необхідно орієнтувати роботу всіх підрозділів підприємства (у тому числі і виробничих) на розвиток елементів гудвіла, що повністю або частково знаходяться в зоні відповідальності цих підрозділів.

Список літератури:

1. Науменко О.В. Особливості обліку гудвіла на українських підприємствах / О.В. Науменко // Держава та регіони. Сер. Економіка та підприємництво. - 2008. - № 4. - С. 140 - 145.

2. Нусінова О.В. Оцінювання репутації підприємства: кількісні та якісні підходи / О.В. Нусінова // Держава та регіони. Сер. Економіка та підприємництво. - 2011. - № 4. - С. 125 - 129.
3. Городянська Л.В. Управління інтелектуальним капіталом забезпечення підприємств інтелектуальними ресурсами / Л.В. Городянська // Актуальні проблеми економіки. - 2008. - № 1. - С. 127 - 132.

ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ РИНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ

*Харчук С.А., к.е.н., доцент кафедри економіки підприємств і корпорацій,
Чубар Ю.К., студент, Вінницький інституту економіки ТНЕУ,
м. Вінниця, Україна*

Сьогодні в умовах ринкової економіки підприємства є економічно самостійними: визначають свою економічну політику, вибирають постачальників, організовують як виробництво, так і збут продукції, повністю несуть відповідальність за результати господарської діяльності. Головною метою при створенні і подальшому функціонування підприємства є одержання максимально прибутку за рахунок реалізації споживачам виробленої продукції (виконаних робіт, зроблених послуг), на основі якої задовольняються соціальні й економічні потреби трудового колективу. Кожне підприємство – це складна виробничо-економічна система з багатогранною діяльністю.

Тому в умовах динамічного зовнішнього середовища та нестійкого розвитку ринкової економіки вітчизняні підприємства стикаються з безліччю загроз для свого функціонування. Ці загрози носять різний характер: фінансовий, економічний, соціальний, кадровий, інформаційний, виробничий, комерційний. Тому перед суб'єктами господарювання постає завдання забезпечення, по-перше, стабільності функціонування шляхом уникнення або нейтралізації загроз, а по-друге ефективності діяльності за рахунок зваженого управління соціально-трудовими, фінансовими, виробничими та іншими бізнес-процесами. Це завдання ускладнюється несприятливим соціально-економічним та політичним простором в Україні.

Досліджуючи поняття економічної безпеки, більшість економістів розглядає його з позицій практичного підходу, тобто з урахуванням особливостей функціонування суб'єктів господарювання.

Разом з тим проблема економічної безпеки підприємства ніколи не існувала відокремлено. Вона є похідною від специфіки економічного зростання на кожній стадії розвитку підприємства. Конкретизований зміст цієї проблеми