

Vasylenko Yu.V.

METHODOLOGICAL APPROACH TO INTELLECTUAL CAPITAL STRUCTURE MANAGEMENT

The article is devoted to substantiation of intellectual capital structure management functions. The aim of the article is to select and form intellectual capital structure management functions. The urgency of intellectual capital structure management has been substantiated as the most important area of management of enterprise capital structure to ensure its competitiveness in the market today. Management the structure of intellectual capital is an impact on the elements of intellectual capital, their size and the ratio at which the value of the company is being maximized. The key to creating an effective management structure of intellectual capital is the correct definition of its components. In previous works of the author six-components structure of intellectual capital has been formed. It includes intellectual property, electronic networks and information systems, organizational management subsystem, consumer, marketing and human intellectual capital. Approaches to the definition of management functions, including functions of intellectual capital management have been analyzed. The analysis has found that for managing the intellectual capital structure of industrial enterprise it is advisable to allocate functions of analysis, planning, organization and coordination, motivation and control. Definition of each of these functions have been provided. Matrix of management functions for the intellectual capital structure management within six components structure has been formed. Results of the research may build the foundation for the formation of the methodical approach to intellectual capital structure management in order to create a system of indicators for evaluating the effectiveness of intellectual capital structure management.

УДК 338.2

Демяненко К.А.

аспірант кафедри екологічного менеджменту та підприємництва
Київського національного університету
імені Тараса Шевченка

АНАЛІЗ ЕКОЛОГІЧНИХ ВИТРАТ ПІДПРИЄМСТВ КОНДИТЕРСЬКОЇ ГАЛУЗІ

В статті досліджено ринок кондитерських виробів, визначені основні гравці ринку, лідери галузі, проаналізовано динаміку прибутковості кондитерських підприємств. Проаналізовано витрати на охорону природного середовища кондитерських підприємств, визначено їх структуру та тенденції. Також проаналізовано витрати на сплату екологічного податку лідерів українського кондитерського ринку і показано взаємозв'язок між екологічними витратами та сплатою податків, вплив екологічного менеджменту на зниження собівартості та збільшення конкурентоспроможності підприємств.

Ключові слова: екологічні витрати, екологічний податок, витрати на охорону атмосферного повітря, витрати на очищення зворотних вод, екологічний менеджмент, конкурентоспроможність.

В статье исследован рынок кондитерских изделий, определены основные игроки рынка, лидеры отрасли, проанализирована динамика чистой прибыли кондитерских предприятий. Проанализированы расходы на охрану окружающей среды кондитерских предприятий, определена их структура и тенденции. Также проанализированы расходы на уплату экологического налога лидеров украинского кондитерского рынка и показана взаимосвязь между экологическими расходами и уплатой налогов, влияние экологического менеджмента на снижение себестоимости и увеличение конкурентоспособности предприятий.

Ключевые слова: экологические расходы, экологический налог, расходы на охрану атмосферного воздуха, расходы на очистку обратных вод. Экологический менеджмент, конкурентоспособность.

Постановка проблеми. В сучасних умовах високої конкуренції на світовому ринку все актуальнішими для вітчизняних виробників стають питання підвищення конкурентоспроможності їх на внутрішньому та зовнішньому ринках. Якщо на внутрішніх ринках конкуренція ще не така значна і виробники почуваються спокійно через значну частку ринку і міцні позиції на ньому, то стосовно зовнішніх ринків наші виробники програють в багатьох аспектах. Це спонукає виробників шукати нові підходи для отримання популярності серед споживачів. Цей процес відбувається у таких напрямках як виробництво продукції з дотриманням усіх вимог громадських, екологічних, торговельних та інших організацій, зростання соціальної відповідальності, пристосування до нових норм законодавства тощо.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблемам екологічного менеджменту та конкурентоспроможності підприємств присвячені наукові праці відомих учених-економістів, зокрема таких як: Купалова Г.І., Дуднікова І. І., Корніковський Д.О., Шашина М.В., Шестак О.В., та інших. Всі вони досліджували окремі аспекти екологічного менеджменту, конкурентоспроможності, екологічного аудиту, ефективності екологічного менеджменту тощо. Проте, все ще залишаються малодослідженими екологічні складові по кондитерських підприємствах України, зокрема структура екологічних витрат, їх взаємозв'язок з виплатами екологічних податків, зростанням прибутків та підвищенням конкурентоспроможності підприємства.

Мета статті полягає в дослідженні і аналізі структури витрат кондитерських підприємств, зокрема, екологічних витрат, з метою ефективного впровадження екологічного менеджменту.

Виклад основного матеріалу дослідження. Вітчизняні виробники кондитерської продукції повинні шукати нові шляхи підвищення конкурентоспроможності, зокрема, за рахунок впровадження системи екологічного менеджменту. Як свідчать світові тенденції, споживачі будуть віддавати перевагу продукції з, так званим, «чистим» брендом, тобто із зазначенням того, що продукт натуральний і виготовлений з натуральних та екологічно чистих інгредієнтів.

Останніми роками провідні компанії-лідери світових ринків активно зосередилися на реалізації концепції сталого розвитку, забезпечення стійкості підприємств. Все активніше підприємства впроваджують у виробництво нові стандарти екологічного менеджменту, що актуально для вітчизняних підприємств кондитерської галузі задля підвищення їх конкурентоспроможності.

Кондитерський ринок України представлений декількома виробниками: Кондитерська корпорація «Roshen», «Конті», «АВК», Корпорація «Бісквіт-Шоколад», Житомирська кондитерська фабрика «Житомирські Ласощі», Компанія «Nestle», ПАТ «Монделіс Україна». Основними гравцями на ринку є три лідери галузі, а саме: Кондитерська корпорація «Roshen», «Конті», «АВК».

Кондитерська корпорація «Roshen» безперечний лідер ринку кондитерської продукції. Вона існує з 1996 р. і її продукцію можна купити в США, Канаді, ОАЕ, Китаї, Японії, Алжирі, Ізраїлі, країнах ЄС та СНД. Roshen стабільно входить у ТОП-100 кондитерських компаній світу. В 2015 р. вона посіла 22 місце. Загальний обсяг виробництва продукції досягає 450 тис. т у рік.

Компанія «Конті» входить у трійку лідерів українського ринку кондитерських виробів. В 2015 р. вона ввійшла до рейтингу ТОП-100 кондитерських компаній світу і посіла 38 місце. У загальному обсязі виробництва кондитерських виробів в Україні частка її становить 14%. Щомісяця на фабриках групи виробляється 17 тис. т продукції – близько 11 тис. т в Україні і 6 тис. т в Росії. Щорічно компанія експортує майже 30% виробленої продукції. Однією з візитних карток компанії є шоколадна цукерка «Джек».

Компанія «АВК» на ринку України є лідером у категорії шоколадних цукерок. Експортує продукцію у більше ніж 20 країн світу, серед яких Німеччина, Великобританія, Латвія та Ізраїль. У світовому рейтингу кондитерів в 2015 р. компанія посіла 59 місце.

Ці три українські компанії стабільно посідають місця в рейтингу ТОП-100 світових лідерів кондитерських виробів. Через те, що вони охоплюють більшу частинку ринку, вони і визначають та задають темп розвитку галузі та інших виробників. Таким чином, аналіз цих компаній визначить основні тенденції розвитку кондитерського ринку.

Загалом підприємства кондитерської галузі є досить конкурентоспроможними, і виявляють тенденцію в основному до зростання обсягів чистого прибутку (табл. 1).

Як бачимо, нещодавня криза хоч і зашкодила розвитку та росту кондитерських підприємств, але все ж не залишила їх без прибутків. Причому, виходячи із даних, тенденція до збільшення чистого прибутку спостерігається у багатьох. Лише у деяких підприємств відбувається погіршення прибутковості, але вони намагаються використати будь-які можливості для компенсації втрат найближчим часом.

Наразі кондитерський ринок України є високонкурентним та насиченим. Більшу частину продукції виробляють та реалізують 5-10 кон-

дитерських компаній. Наступні декілька років рівень концентрації скоріше за все зростатиме, оскільки для розвитку галузі необхідно здійснювати вдосконалення виробництва (зокрема, в сфері екологічного менеджменту), а це потребує значних капітальних інвестицій, які є непосильними для дрібних виробників.

Дослідивши ринок кондитерських виробів, можна стверджувати, що він не був монополі-

зований впродовж довготривалого часу був відкритим та вільним для конкуренції, що давало будь-якому підприємству можливість легко увійти на ринок. Проте, починаючи з 2014 року спостерігається поступова монополізація ринку. Як бачимо, дві компанії займають більше, ніж 40% ринку, а три компанії займають більше, ніж 50% ринку. Основний монополіст компанія Roshen, яка вже за підсумками 2015 року значно збіль-

Таблиця 1

Динаміка чистого прибутку кондитерських підприємств у 2010-2015 рр.

Підприємство	Період					
	2010	2011	2012	2013	2014	2015
ПАТ «ВКФ «Ласощі»	196	104	133	-2994	-4327,00	2189
<i>ланцюговий темп приросту, %</i>		-46,94	27,88	-2351,13	44,52	-150,59
ПАТ «Запорізька КФ»	-14037	-5975	5113	-10625	-85	-1800
<i>ланцюговий темп приросту, %</i>		-57,43	-185,57	-307,80	-99,20	2017,65
ПрАТ «ВО «КОНТІ»	116916	58362	268343	580345	711684	65514
<i>ланцюговий темп приросту, %</i>		-50,08	359,79	116,27	22,63	-90,79
ПАТ «Кондитерська фабрика «АВК» м. Дніпропетровськ»	-3534	-1313	5502	1704	-4410	-578
<i>ланцюговий темп приросту, %</i>		-62,85	-519,04	-69,03	-358,80	-86,89
ПАТ «Полтавакондитер»	5097	11932	7720	2506	27876	45042
<i>ланцюговий темп приросту, %</i>		134,10	-35,30	-67,54	1012,37	61,58
ПАТ «Київська кондитерська фабрика «РОШЕН»	2742	4778	3792	3925	34816	11021
<i>ланцюговий темп приросту, %</i>		74,25	-20,64	3,51	787,03	-68,35
ПАТ «Львівська кондитерська фабрика «Світоч»	28579	51650	41252	28076	22	271407
<i>ланцюговий темп приросту, %</i>		80,73	-20,13	-31,94	-99,92	1233568,18
ПАТ «Харківська бісквітна фабрика»	46783	65727	54953	40802	144670	176479
<i>ланцюговий темп приросту, %</i>		40,49	-16,39	-25,75	254,57	21,99

Таблиця 2

Структура екологічних витрат кондитерських підприємств

№ п/п	Вид екологічних витрат	Код класу
1	Охорона атмосферного повітря і проблеми зміни клімату	100
2	Запобігання утворенню забруднюючих речовин, що викидаються в атмосферне повітря, за допомогою зміни виробничих процесів чи технологій з метою охорони атмосферного повітря, збереження клімату і захисту озонового шару	110
3	Охорона атмосферного повітря	111
4	Очищення димових і відпрацьованих газів, вентиляційних викидів з метою охорони атмосферного повітря, збереження клімату і захисту озонового шару	120
5	Охорона атмосферного повітря	121
6	Аналітичні виміри, контроль, лабораторні дослідження і т. п.	130
7	Інші витрати, пов'язані з охороною атмосферного повітря і проблемами зміни клімату	140
8	Очищення зворотних вод	200
9	Системи каналізації	220
10	Очищення зворотних вод від забруднюючих речовин	230
11	Аналітичні виміри, контроль, лабораторні дослідження і т. п.	250
12	Інші витрати, пов'язані з очищенням зворотних вод	260
13	Інші напрямки природоохоронної діяльності	900
14	Загальні управлінські витрати	910

шила свою ринкову частку і переступила поріг 31%. Саме тому, якщо говорити про зростання конкурентоспроможності та підвищення частки ринку, стає зрозумілим, що збільшити обсяги прибутків можливо вже не за рахунок зростання частки ринку, а за рахунок впровадження екологічного менеджменту і скорочення собівартості продукції.

Задля зменшення собівартості продукції та зростання ефективності екологічного менеджменту пропонуємо взаємозв'язок екологічні витрати кондитерських підприємств та екологічні податки, які вони сплачують до бюджету за результатами своєї діяльності. Серед екологічних витрат підприємствами кондитерського ринку України здійснюються наступні види екологічних витрат (табл. 2).

Проаналізуємо екологічні витрати за основними гравцями ринку, оскільки вони займають більше 50% , а тому є показовими по ринку в цілому. Найбільше екологічних витрат здійснює Корпорація Рошен, всередині якої найбільше припадає на Київську кондитерську фабрику (рис. 1).

Як видно з рис. 1 найбільшу питому вагу склали витрати на очищення зворотних вод від забруднюючих речовин та систем каналізації. На третьому місці витрати по лабораторних дослідженнях очищення повітря.

Друге місце за обсягом екологічних витрат посідає КОНТІ (рис. 2).

На цьому підприємстві найбільшу питому вагу у витратах на охорону природного середовища складають витрати на очищення димо-

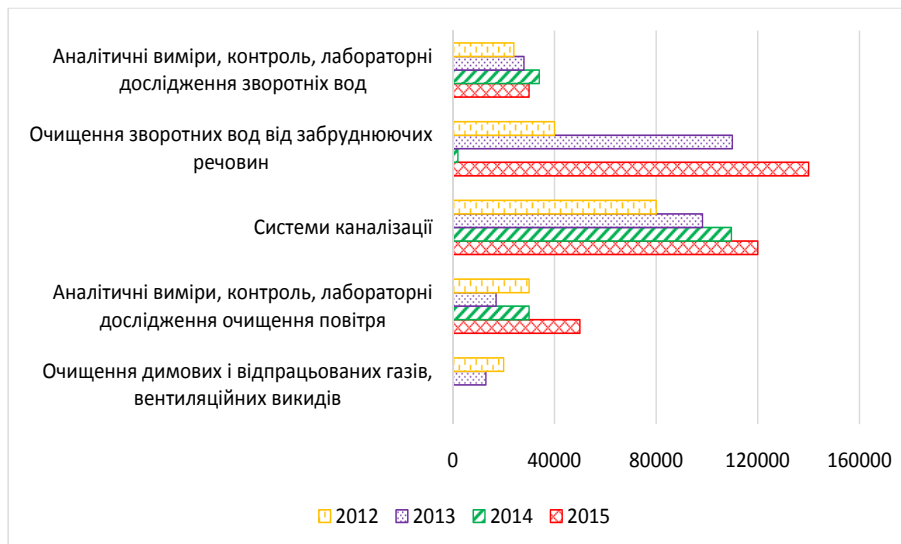


Рис. 1. Витрати на охорону природного середовища Київської кондитерської фабрики «Рошен», грн.

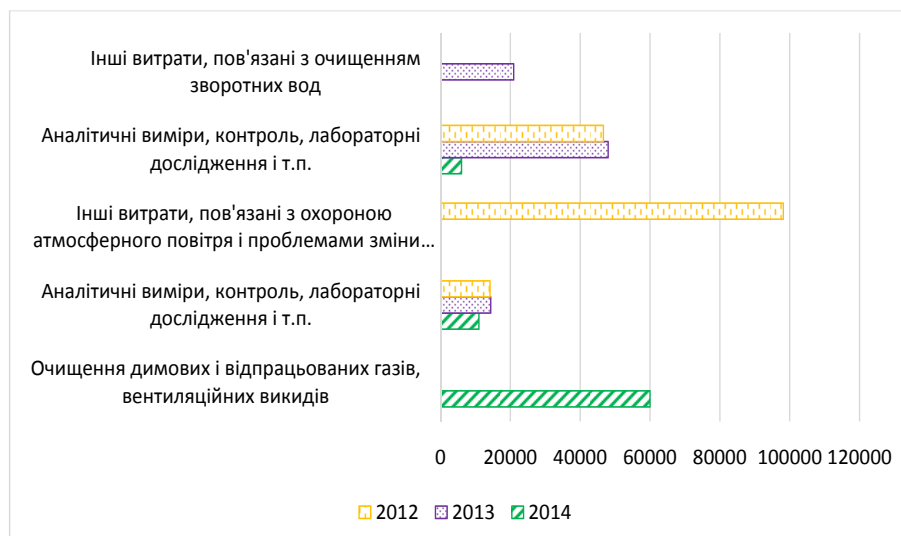


Рис. 2. Витрати на охорону природного середовища Виробничого об'єднання «КОНТІ», грн.

вих та відпрацьованих газів, вентиляційних викидів, та інші витрати, пов'язані з охороною атмосферного повітря.

По підприємству «АВК» екологічних витрат немає. Це пов'язано з тим, що на даному підприємстві відсутні або практично відсутні відходи виробництва, і тому витрати за такими позиціями не здійснюються.

Для більш чіткого розуміння динаміки екологічних витрат на кондитерських підприємствах дослідимо їх по основних підприємствах кондитерського ринку (рис. 3).

Як бачимо з динаміки найбільшими та стрімкими темпами зростали екологічні витрати Вінницької кондитерської фабрики та Київської кондитерської фабрики Рошен. Найбільше зростання Вінницької фабрики було забезпечене реалізацією заходів з охорони атмосферного повітря (майже вдвічі) та очищення зворотних вод (в півтора рази). По Київській фабриці зростання відбувалося не настільки стрімко, проте, суттєво зросли витрати по очищенню зворотних вод від забруднюючих речовин.

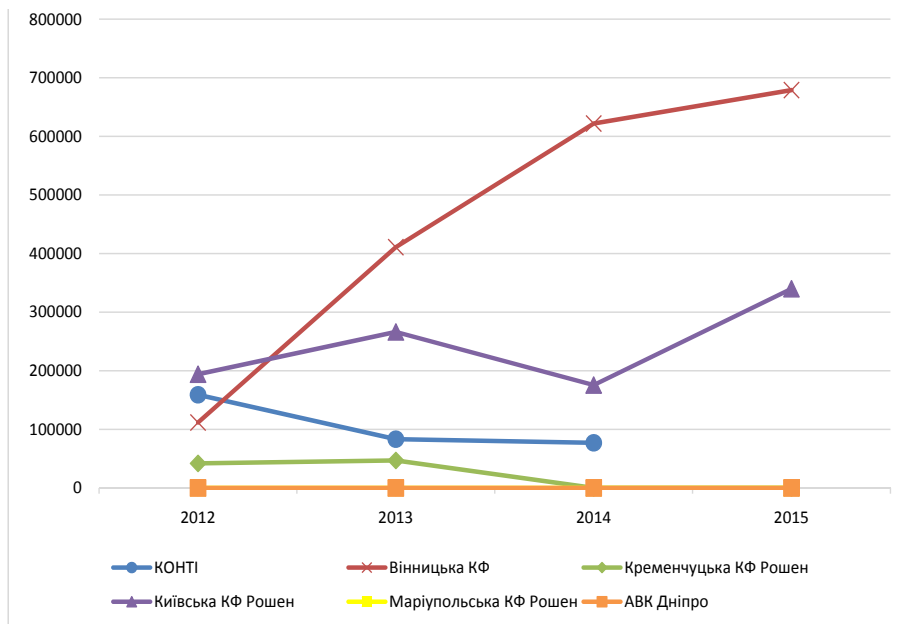


Рис. 3. Динаміка екологічних витрат кондитерських підприємств, грн.

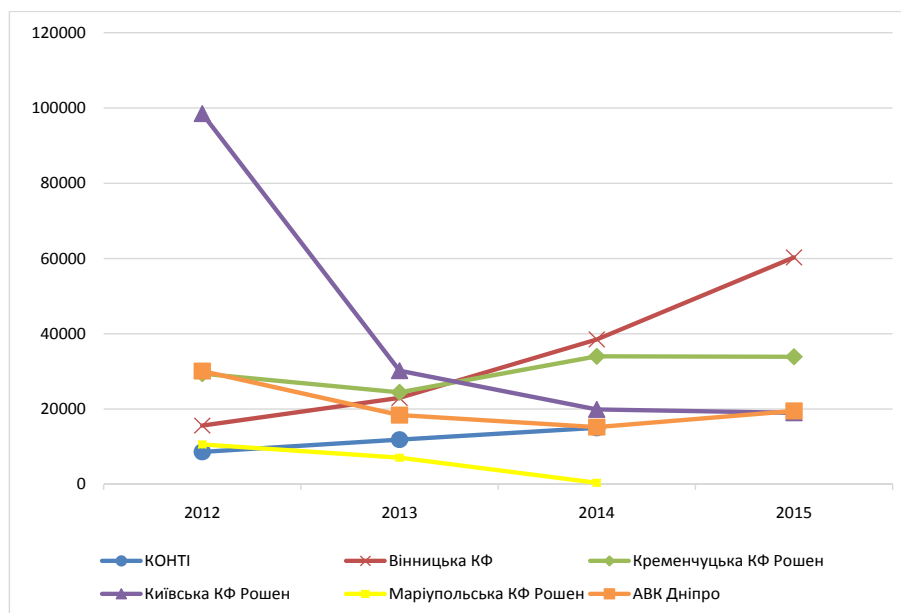


Рис. 4. Динаміка сплати екологічного податку кондитерськими підприємствами, грн.

Дещо зменшувались екологічні витрати по КОНТІ за рахунок зменшення витрат на лабораторні дослідження та очищення зворотних вод. Кременчуцька кондитерська фабрика скоротила свої витрати за рахунок загальних управлінських витрат природоохоронної діяльності.

Таким чином, бачимо, що підприємства активно починають впроваджувати природоохоронні заходи, серед яких заходи з мінімізації викидів та відповідно очищення атмосферного повітря і зворотних вод. У зв'язку з тим, що підприємства збільшують витрати на природоохоронну діяльність, їхні платежі з екологічного податку поступово повинні скорочуватися, оскільки зменшується вплив на довкілля і зменшується база оподаткування. Динаміка платежів з екологічного податку представлена на рис. 4.

Як бачимо, стрімке падіння виплат екологічного податку спостерігається по Київській кондитерській фабриці Рошен, адже вона суттєво збільшила свої екологічні витрати. Саме по ній чітко видно тенденцію прямого впливу впровадження екологічного менеджменту на зниження екологічних податків. По інших підприємствах тенденція не така різка, оскільки екологічні

витрати зростають поступово і в той же час відбувається нарощення обсягів виробництва, що саме по собі збільшує базу оподаткування. Проте, чим більше підприємство готове виділяти на заходи екологічного менеджменту, тим менші їх нарахування екологічного податку, а також тим менша їх собівартість.

Висновки. Таким чином, на основі проведеного дослідження можна стверджувати, що впроваджуючи екологічний менеджмент, можна суттєво зменшити собівартість і підвищити конкурентоспроможність підприємств. Оскільки окрім зменшення екологічних податків, та зростання прибутків підприємств, можливо отримати додаткові бали у споживачів кондитерської продукції за зростання екологічної відповідальності бізнесу. Світові тенденції свідчать, що споживачі стають більш свідомими у виборі продукції, і все більше звертають увагу на екологічне маркування, яке свідчить про екологічну безпеку продукції. Для забезпечення зростання конкурентоспроможності підприємств кондитерської галузі необхідно активно впроваджувати екологічний менеджмент, який додасть істотних переваг підприємствам у конкурентній боротьбі.

Список використаних джерел:

1. Корніковський Д.О. Аналіз економічних факторів впливу на кондитерську промисловість України / Д.О. Корніковський // Економіка харчової промисловості. – 2014. - № 4(24) – С. 17-23.
2. Шестак О.В. Сучасний стан та тенденції розвитку кондитерської галузі / О.В. Шестак // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми розвитку українського суспільства. – Харків : НТУ «ХПІ». – 2013. – № 6(980). – С. 132-137.
3. Шашина М.В. Удосконалення ресурсного потенціалу кондитерської галузі / М.В. Шашина // Ефективна економіка. – 2014. – № 5. – С. 34-39.
4. Державний комітет статистики України. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
5. Аналіз українського ринку конфет. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://kologo.ua/blog/issledovaniya/Analiz-ukrainskogo-rynka-konfet.html>
6. Огляд кондитерського ринку за 2012 рік. - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://rurik.com.ua/documents/research/Confect_2012_review.pdf
7. Спеціалізований сайт світового кондитерського ринку Candy Industry. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.candyindustry.com>
8. Купалова Г.І., Ульянова Д.К. Формування ефективної системи екологічного менеджменту та аудиту // Вісник Університету банківської справи Національного банку України. – 2011. – № 1 (11). – С. 48-53.
9. Дуднікова І.І. Становлення і розвиток екологічного менеджменту: теоретико-методологічний контекст / І.І. Дуднікова // Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії. – 2014. – № 58. – С. 259–268.
10. Environmental management systems – Requirements with guidance for use: ISO 14001:2004. – [Second edition 2004-11-15]. – Geneva, 2004. – 23 p. – (International Standard).

Demyanenko K.A.

ANALYSIS OF ENVIRONMENTAL COSTS OF ENTERPRISES OF CONFECTIONERY INDUSTRY

The article is devoted to the problems of environmental costs for implementation environmental management to Candy Industry's companies. The analysis of Candy Industry market was made in the article, also the main market players and leaders of the industry were defined, and the profitability of candy companies was analyzed. Net profit and its dynamics during the last years were calculated concerning to previous changes, main tendencies of it were defined. According to market research we can definitely say, that there are some ways to increase the competitiveness of national Candy Industry's companies. Among them are environmental management systems implementation, decreasing the production costs and minimization of negative influence to environment etc. It's very important to calculate the rate of environmental costs and tax payments according to correlate their efficiency within competition growth. The costs for environmental safety of the Candy Industry companies were determined and described, the structure and tendencies of environmental costs was noticed. Also the costs for environmental taxes were described within the Candy market leaders and the interrelation between the environmental costs and environmental tax payments, the influence of environmental management on production cost decreasing and competitiveness increasing was shown.

Keywords: environmental costs, environmental tax, atmosphere improving costs, effluent treatment, environmental management, competitiveness.

УДК 657.1

Літвінова В.О.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри економіки підприємства та
організації підприємницької діяльності
Одеського національного економічного університету

Грінченко Р.В.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри економіки підприємства
та організації підприємницької діяльності
Одеського національного економічного університету

ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ТОВАРНИХ ЗАПАСІВ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

У статті розглянуто сутність категорії «товарні запаси» та запропоновано її визначення. Окремо відзначено значення процесу управління товарними запасами в процесі підвищення ефективності їх використання. Відмічено, що управління товарними запасами складний процес, на ефективність якого впливає велика кількість факторів. Визначено роль обліку і аналізу структури та динаміки товарних запасів у процесі підвищення ефективності їх використання. Розкрито сутність і напрямки підвищення ефективності використання товарних запасів на торговельних підприємствах. Запропонована факторна модель оцінки рентабельності товарних запасів, за допомогою якої можна оцінити вплив на рентабельність таких факторів, як рентабельність продажів, чисельність працівників і продуктивності праці.

Ключові слова: товарні запаси, торговельне підприємство, управління товарними запасами, ефективність використання товарних запасів, рентабельність товарних запасів, факторна модель оцінки рентабельності товарних запасів.

В статье рассмотрена сущность категории «товарные запасы» и предложено ее определения. Отдельно отмечено значение процесса управления товарными запасами в процессе повышения эффективности их использования. Отмечено, что управление товарными запасами сложный