

Рівень заощаджень вітчизняних домогосподарств набагато менший від рівня заощаджень зарубіжних домогосподарств, що зумовлено кризою вітчизняної банківської системи, а також недовірою населення до банківських та небанківських фінансово-кредитних установ, низьким рівнем інвестиційної активності населення України та відсутністю економічних знань і фахового досвіду.

Список використаних джерел

1. Фінанси: підручник. [за ред. С.І. Юрія, В.М. Федосова]. – К. : Знання, 2008. – 611 с.
2. Витрати і ресурси домогосподарств України у 2018 році. Статистичний збірник. Частина I. – К. : Державна служба статистики України, 2017. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.

Чебанова М.О., студентка

Науковий керівник: Синиціна Ю.П., к.т.н., доцент
Національна металургійна академія України, України

ОЦІНКА ЕКОЛОГІЧНОЇ СИТУАЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ЗВИКОРИСТАННЯМ SWOT-АНАЛІЗУ

Проблема співіснування економіки та екології довгий час не була актуальною. Вчені зіткнулися з необхідністю вирішення даного питання лише у зв'язку зі значним погіршенням стану навколишнього середовища у всьому світі. На підставі цього присутній очевидний дефіцит наукових досліджень з даного питання як в прикладному, теоретичному аспекті так і в методологічному. Вагомий внесок у дослідження теоретичних і практичних аспектів екологічного менеджменту внесли О. Балацький [1], Є. Борщук, Г. Білявський, Л. Бобровський, В. Бурлаков [2], В. Кожушко, В. Лук'янихін, О. Маслюковська [3], О. Михайлюк, В. Семенов, Л. Федулова та ін.

В Україні спостерігається тенденція, коли підприємства неохоче запроваджують систему екологічного менеджменту та екологічну політику, тому що не оцінюють позитивних моментів від результатів такої роботи.

Ринок молока та молочних продуктів в Україні є однією із найважливіших та найбільш перспективних складових частин ринку. Від його розвитку залежить забезпечення населення України життєво необхідними продуктами харчування, що виробляються з молока. Під час виробництва молочних продуктів утворюється велика кількість сироватки, близько 90 % від об'єму молока, яке переробляється. Стічні води молокопереробних підприємств, як правило, поділяються на дві категорії: висококонцентровані (сироватка та меліса), які утворюються в цеху виробництва сирів, молочного цукру і альбумінованого сиру, та низькоконцентровані, які утворюються під час миття тари, технологічного обладнання та приміщень від забруднень залишками молока, продуктами його переробки, мийними засобами тощо [4].

Відомі різні методи утилізації сироватки – ультрафільтрація, сушіння, виробництво етилового спирту та інших продуктів. Через відсутність досконалих ресурсощадних технологій ці методи майже не застосовуються.

Одним із основних інструментів стратегічного управління, що оцінюють в комплексі внутрішні й зовнішні чинники, які впливають на розвиток екологічного проекту, є SWOT-аналіз. SWOT -аналіз представляє собою узагальнену оцінку для розуміння та управління навколишнім середовищем, в якому функціонує підприємство. Застосування SWOT-аналізу, як методу аналізу екологічної ситуації підприємства наведено на прикладі ПрАТ «Дубномолоко». ПрАТ «Дубномолоко» – сучасне підприємство, яке займається переробкою молока та виробництвом сиру. Входить в українську фінансово-промислову групу «Контініум». На даний час підприємство «Дубномолоко» випускає тверді і плавлені сири під торговою маркою «Комо». Також підприємство реалізує сироватку та інші види продукції, що виникають під час промислової обробки молока та інших молочних продуктів [5]. Аналіз екологічної ситуації у ПрАТ «Дубномолоко», проводили з використання метода екологічний SWOT-аналіз (табл. 1).

Таблиця 1

Екологічний SWOT-аналіз підприємства

Сильні сторони	Слабкі сторони
1. Екологічно прийнятні процеси та продукція. 2. Готовність персоналу до дотримання регламентів і обов’язкових вимог. 3. Сучасне обладнання 4. Наявність екосвідомості, орієнтація організації на «екологічно дружнє» виробництво 5. Розуміння проблеми, наявність необхідних документів, планів, проектів, для її вирішення 6. Значний потенціал для розробки «зелених» продуктів і технологій.	1. Велика кількість відходів при відсутності задовільних очисних споруд 2. Нестача коштів на реалізацію проекту 3. Несприятливий фінансовий стан організації 4. Великі штрафні санкції
Можливості	Загрози
1. Розроблення і впровадження екологічно безпечного виробництва 2. Забезпечення довготривалого виживання компанії внаслідок формування «зеленого» іміджу 3. Проходження сертифікації як отримання своєрідного підтвердження відповідності підприємства вимогам європейського ринку, що означає отримання більших конкурентних переваг	1. Необхідність у додаткових інвестиціях унаслідок суворіших екологічних стандартів 2. Можливість отримання негативного іміджу «забруднювача» у зв’язку з великими викидами 3. Загроза виживанню компанії у середньостроковій перспективі 4. Захват конкурентами ринкових секторів «зеленої» продукції;

До сильних сторін ПрАТ «Дубномолоко» можна віднести те, що підприємство виробляє харчову продукцію екологічно прийнятними методами, використовуючи сучасне обладнання та нові технології вироблення молоковмісної продукції. На користь підприємства говорить також наявність у вищого керівництва екосвідомості, організація орієнтується на «екологічно дружнє» виробництво. Також треба зазначити, що підприємство вирізняється не просто розумінням існуючої проблеми, а ще й наявністю необхідних документів, планів та проектів, для її вирішення. Враховуючи, що загалом працівниками

підприємства «Дубномолоко» є місцеві мешканці м. Дубно, то можна стверджувати про готовність персоналу до дотримання і виконання регламентів та обов'язкових вимог, бо екологічна ситуація у місті безпосередньо стосується і їх також. Слабкі сторони підприємства – це відсутність задовільних очисних споруд при великій кількості відходів та недостатньо стабільний фінансовий стан підприємства, що не дає можливості вирішити цю проблему власними зусиллями. До можливостей можна віднести розроблення і впровадження екологічно безпечної продукції, що може дати змогу підприємству навіть вийти на нові ринки. Також можна стверджувати, що завдяки свідомому підходу до існуючих проблем підприємство формування «зеленого» іміджу, забезпечується не тільки виживання компанії у довгостроковій перспективі, а й укріплення позицій підприємства на зовнішньому ринку, бо на Заході споживачі зазвичай більш екосвідомі. Усі великі транснаціональні компанії на міжнародних фондових біржах уже сьогодні піддаються перевіркам, метою яких є вивчення природоохоронних показників їх діяльності. Незабаром такі перевірки стануть реальністю й для дрібних і середніх компаній в Україні.

Загрози – це необхідність у додаткових інвестиціях унаслідок суворіших екологічних стандартів. Підприємство не може самостійно забезпечити себе потрібним обладнанням для утилізації стоків, а це означає – постійно ліквідує шкоду, яку наносить навколишньому середовищу. Сума зобов'язань росте, і у якийсь момент підприємство не зможе функціонувати під таким тиском. Крім того, існує досить велика можливість у найближчий час отримати негативний імідж «забруднювача», що може призвести до зменшення обсягів реалізації продукції, погіршення мотивації працівників, появи негативної реклами і т.д. У нашому випадку екологічний SWOT-аналіз на явно виділяє головну слабку сторону підприємства, а саме – серйозну проблему невідповідності очисних споруд наявним обсягам промислових викидів, що в свою чергу не дозволяє в повному обсязі завершити всі етапи впровадження системи екологічного менеджменту на підприємстві.

Отже, проведення SWOT-аналізу має важливе значення для здійснення стратегічного планування, оскільки його методика – ефективний, доступний, дешевий засіб оцінки стану проблемної та управлінської ситуації в установі. Він дозволяє систематизувати проблемні ситуації; краще розуміти структуру ресурсів, на які необхідно опиратися в удосконаленні діяльності та розвитку компанії на перспективу; відстежувати затильний стан зовнішнього середовища; виділяти і використовувати нові потенційні можливості швидше, ніж конкуренти; вибрати оптимальну дорогу розвитку й уникнути небезпек; приймати зважені рішення, що стосуються розвитку бізнесу. Правильно і вчасно прийняті стратегічні рішення відіграють сьогодні ключову роль в успішній діяльності організації. Саме вони роблять вирішальний вплив на конкурентоспроможність продукції та підприємства в цілому.

Список використаних джерел

1. Балацький О., Лук'янихін В., Лук'янихіна О. Екологічний менеджмент: проблеми і перспективи становлення та розвитку. *Економіка України*. 2000. № 5. С. 67–73.

2. Механізми управління еколого економічними системами / В.Н. Бурков та інш.; под ред. С.Н. Васильєва. Москва: Физматлит, 2008. 244 с.
3. Маслоковская Е.П. Пакеты инструментов экологического регулирования. *Методы решения экологических проблем* / под ред. Л.Г. Мельника, Е.В. Шкарупы. Сумы: СумГУ, 2010. С. 153–164.
4. Сайт ПрАТ «Дубномолоко» <https://www.komo.ua/uk>
5. Запольський А.К. Водопостачання, водовідведення та якість води: підручник / А.К. Запольський. – К.: Вища шк., 2005. – 671 с

Шевченко В.В., магістранта кафедри
менеджменту
Науковий керівник: Лозова О.В., к.е.н.,
доцент, доцент кафедри менеджменту ВНЗ
Укоопспілки «Полтавський університет економіки і
торгівлі», м. Полтава, Україна

УПРАВЛІННЯ КРЕАТИВНИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

Творчість кожного індивіда активізує інноваційну діяльність вітчизняних підприємств в цілому і завдяки закону синергії перетворюються на креативний потенціал персоналу, який здатний наситити ринок новими ідеями та підвищити ділову активність компанії. Саме така взаємодія: творчість індивіда – креативний потенціал підприємства – інноваційна політика держави, і відповідає ринковій економіці, тому що нововведення, надають конкурентні переваги, а креатив - це творчий розвиток особистості, що впливає на зростання ефективності праці персоналу, який думає нетрадиційним шляхом, і має прагнення до самоактуалізації.

Креативний потенціал розглядається як особистісна здатність залишатися в творчому тоні, здатність реалізувати свій потенціал творчої особистості в професійному середовищі та отримання ділових результатів від творчості. Щодо підприємств, то ефективна творча діяльність є обов'язковою складовою креативного потенціалу, яка охоплює всі етапи інновацій та їх реалізації, тобто досягнення бізнесом бажаних результатів. Затримка часу є важливою проблемою, щодо швидкості перетворення ідей, а тому мотиваційні важелі повинні бути обрані на кожен етап життєвого циклу інновацій.

Таким чином, наступними об'єктивними причинами, які впливають на розвиток креативного потенціалу персоналу на базі підприємства є такими:

- по-перше, це еволюційна вимога часу, що підсилює інновації у всіх сферах;
- по-друге, це прогрес, який по суті є відображенням розвитку як особистості, так і підприємства;
- по-третє, це новий інструмент, який збільшує адаптаційну здатність підприємства та персоналу;
- по-четверте, це конкурентна перевага - принципово іншого характеру;
- по-п'яте, інформаційне та інтелектуальне суспільство є результатом креативної діяльності, серед усіх інших чинники, які відповідно стимулюють творчість.