

ників сировини, споживачів продукції. Розмір премії за ризик ненадійності учасників визначається кожним шляхом залучення експертів із урахуванням функцій, зобов'язань підприємства перед іншими учасниками та зобов'язань інших учасників перед ним.

Ризик неотримання прогнозних доходів зумовлений технічними, технологічними та організаційними рішеннями, а також випадковими коливаннями обсягів виробництва та цін на продукцію та виробничі ресурси. Врахування цього виду ризику визначається на основі кумулятивного урахування таких чинників: необхідності впровадження інноваційних технологій та розробок; нестабільності (циклічності) попиту на продукцію; невизначеності цін на продукцію; невизначеності зовнішнього середовища; невизначеності процесу освоєння техніки (технології). У разі інтерпретації ризику як ймовірності неотримання запланованого доходу внаслідок несприятливого для підприємства розвитку зовнішнього та внутрішнього середовища, адекватним способом його урахування є сценарний підхід.

Таким чином, середньозважена вартість капіталу підприємства, розрахована кумулятивним методом, варіюється в діапазоні від чистого значення безризикової вартості до вартості з максимальним ризиком прояву чинників середовища функціонування підприємства.

Список використаних джерел

1. Кащена Н. Б., Чміль Г. Л. Концептуальні основи оцінки вартості капіталу підприємств роздрібною торгівлі. Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. 2012. Вип. 2. С. 38–45.
2. Селіверстова Л. С. Методологічні засади управління вартістю капіталу сучасної корпорації. Економічні науки. Сер. : Економіка та менеджмент. 2012. Вип. 9 (2). С. 452–458.
3. Варченко О.М., Артимонова І.В., Холоденко Н.І. Оптимізація структури капіталу як інструмент управління вартістю молокопереробних підприємств. Економіка та управління АПК. 2021. № 1. С. 111–124.
4. Modigliani F., Miller M. The Cost of Capital, Corporation Finance and the Theory of Investment // American Economic Review. 1958. Vol.48 №3. Pp.261-297.
5. Manz K., Dahmen A. Investition. – Munchen: Vahlen, 1993. 102 p.

УДК: 330.341.1:658.11

ЗАМКОВА І.Р., студентка 5 курсу

Науковий керівник – **БАТАЖОК С.Г.**, канд. екон. наук, доцент

Білоцерківський національний аграрний університет

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА

Удосконалення організаційно-економічного механізму інноваційної діяльності підприємств дозволить підвищити продуктивність праці, знизити витрати виробництва, збільшити прибуток, підвищити рівень кваліфікації працівників, створити систему мотивації праці.

Ключові слова: організаційна структура, управління персоналом, виробничий потенціал, стимулювання працівників, рентабельність підприємства, собівартість продукції.

Основним фактором забезпечення ефективності будь-якої компанії є ведення інноваційної діяльності, а також підтримка конкурентоспроможності підприємства на ринку. В умовах сучасного ринку, де життєвий цикл товарів скорочується з більшою швидкістю, лише гнучкість підприємства та його здатність до постійного оновлення відповідно до вимог споживачів забезпечить сталий розвиток та зростання. Бізнес-модель є унікальним та неповторним компонентом, що дозволяє наочно продемонструвати ключові принципи та логіку ведення бізнесу, пояснити причинно-наслідкові зв'язки та дає можливість переосмислити методи та механізми ведення бізнесу.

Агропромислова діяльність потребує розробки чіткої моделі структурно-інноваційних зрушень в секторі економіки. Стратегія підприємства має наповнюватися новими знаннями, технічними та технологічними процесами виробництва і новітньою інформацією. Завдяки реалізації даної стратегії буде поліпшуватись економічна і соціальна ефективність життя населення країни [1].

ПрАТ «Миронівський хлібопродукт» (МХП) є інноваційно спрямованим та активно застосовує нові технологічні процеси у різних областях виробництва в результаті чого філії та підприємства холдингу є одними з найсучасніших технічно обладнаних в Україні та світі. Автоматизація більшої частини виробничих процесів результативно й економічно забезпечує стабільно високу якість виготовлюваної продукції [2].

На підприємстві було розроблено та реалізовано множини інноваційних проєктів, які сприяють оптимізації організації діяльності, зокрема:

- проєкт «контроль витрат палива» – містить у собі цілий оборот автоматизації АЗС, рухомих паливозаправників, GPS-спостереження техніки, забезпечення транспортних засобів датчиками витрат пального, запровадження карток ідентифікації, спрощення документообігу та оптимізацію процесів ведення обліку;

- проєкт «Агропортал» – інтернет-платформа та мобільний додаток, запроваджений з метою єдиного обміну інформацією між структурними підрозділами агродіяльності МХП і зовнішніми постачальниками матеріалів та послуг відповідно до актуальних цін закупівлі та продажу, внесення поточних залишків на складах аграрної продукції, формування пропозиції або замовлення. Проєкт спрямований на підвищення оперативності та точності інформації про потенційні угоди та сприяє ефективності планування закупки.

МХП має лінійно-функціональну організаційну структуру управління. Даний різновид організаційної структури характеризується своєю складністю, проте оцінюючи масштаби діяльності МХП можна дійти висновку, що саме лінійно-функціональна структура управління є найбільш доречною для даного підприємства [2].

Основні переваги організаційної структури підприємства це чіткість розпоряджень та їх узгодженість між усіма сторонами, за рахунок чого забезпечується швидкість прийняття рішень; підвищений рівень відповідальності керівника за очолюваний відділ, що сприяє покращенню результатів діяльності даного відділу/підрозділу [1].

Недоліками організаційної структури, що розглядається є слабка комунікація між вищим керівництвом та виконавцями завдань, що може призвести до небажаного результату на виході, велика множина контактів між різними складовими глобальної системи, значний потік документації.

Ефективність діяльності компаній гарантується не тільки керівниками, а й співробітниками, які прагнуть відповідальної, активної та професійної самореалізації. Людина працює максимально ефективно лише тоді, коли вона особисто зацікавлена своєю діяльністю. Отже, одна з найважливіших функцій менеджера – спонукати підлеглих працювати ефективно та результативно задля досягнення цілей організації. Щоб побудувати цю функцію, необхідно застосовувати систему мотивації та стимулювання працівників [1].

Робота з кадрами на підприємстві має системний характер. Це управлінські стратегії, спрямовані на мотивацію персоналу, забезпечення соціальних гарантій, система навчання працівників у власному Центрі внутрішнього навчання, професійна підготовка молодих фахівців. Пріоритети МХП сьогодні - максимальна підтримка роботи підприємств, активна участь у роботі економіки України та забезпечення українців продуктами харчування [3].

Організаційно-економічний механізм управління інноваційним потенціалом агропромислових формувань характеризується сталим розвитком, потенціалом саморозвитку, мобільністю, сприйнятливістю до факторів зовнішнього середовища.

Список використаних джерел

1. Левкович О.В. Калашнікова Ю.М. Фінансова стійкість як передумова інноваційного розвитку підприємства. Електронний журнал «Ефективна економіка», 2021. №4. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/4_2021/78.pdf
2. Офіційний сайт ПрАТ «Миронівський хлібопродукт». МХП. URL: <https://mhp.com.ua/uk/glorytoUkraine>
3. Історія компанії МХП. URL: https://issuu.com/acmu/docs/mhp_4proof_full

УДК 659.127.6

ЗАХАРЧЕНКО О.В., магістрантка

Науковий керівник – **БАТАЖОК С.Г.**, канд. екон. наук

Білоцерківський національний аграрний університет

БРЕНДИНГ ЯК ДІЄВИЙ ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ КОМПАНІЇ

Брендинг у контексті бізнесу – це безперервний процес формування суспільного сприйняття компанії.

Ключові слова: ефективний брендинг, ідентичність бренду, діяльність компанії, стратегічне управління, розвиток бізнесу.

Конкуренція спонукає вітчизняні компанії до створення й використання оригінальних засобів індивідуалізації як суб'єкта господарювання, так і продукції,