

Жуковська В.М., к.е.н., доцент,
докторант кафедри менеджменту
Київський національний торговельно-економічний університет

СОЦІОЕКОЛОГІЧНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ РИТЕЙЛУ У СКОРОЧЕННІ ХАРЧОВИХ ВІДХОДІВ ТА ВТРАТ

Жуковська В.М. Соціоекологічна відповідальність підприємств ритейлу у скороченні харчових відходів та втрат. Розглянуто сутність та напрями розвитку соціоекологічної відповідальності підприємств торгівлі. Обґрунтовано зарубіжний досвід екологічної відповідальності підприємств ритейлу у контексті розвитку стійкої моделі споживання за стандартом FLW. Розроблено рекомендації щодо підвищення соціальної відповідальності підприємства торгівлі шляхом скорочення харчових відходів та втрат у споживчому ланцюгу.

Ключові слова: екологічна відповідальність, етичне споживання, харчові відходи, соціальна відповідальність, вимірювання.

Жуковская В.М. Социоекологическая ответственность предприятий торговли в сокращении пищевых потерь и отходов. Рассмотрены сущность и направления развития социоекологической ответственности предприятий торговли. Обоснован зарубежный опыт экологической ответственности предприятий ритейла в контексте развития модели потребления по стандарту FLW. Разработаны рекомендации по повышению социальной ответственности предприятия торговли путем сокращения пищевых потерь и отходов в потребительской цепи.

Ключевые слова: экологическая ответственность, этическое потребление, пищевые отходы, социальная ответственность, измерения.

Zhukovska V.M. Socio-ecological responsibility of retail in ferries of food Loss and waste. The essence and directions of development of socioecological responsibility of enterprises of trade are considered. In the article the foreign experience of the environmental responsibility of retail businesses in the context of providing a sustainable consumption model according to the FLW standard are considered. Recommendations on increasing the social responsibility of the enterprise of trade by reducing food waste and losses in the consumer chain are developed.

Key words: environmental responsibility, ethical consumption, standard food loss and waste, social responsibility, measurement.

Постановка проблеми. Проблема етичного і фізичного споживання продуктів харчування стає головною повійською у програмах країн ЄС. Міжнародні спільноти виступили з ініціативою про розширення можливостей бізнесу, уряду та інших організацій щодо звітування, вимірювання втрат харчових продуктів і управління відходами. У всьому світі щорічно викидається на смітник більше 1 млрд. т. Втрати відходів від харчових продуктів є основним фактором зміни клімату, виділяючи на добу 8% вуглекислого газу. За Індексом екологічної ефективності, що вимірює показники національного та світового захисту екологічного здоров'я та життєздатність екосистеми країни [1], у 2016 р. Україна посіла 44-е місце серед 180 країн, піднявшись на 51 сходинку порівняно з 2014 р. серед 178 країн. За критерієм «біорізноманіття та середовище проживання» Україна займає 130-ту сходинку, а за показником забрудненості повітря діоксидом азоту, що впливає на здоров'я людей і характеризує якість повітря, – 144-ту, динаміки викидів вуглецю за кВт/год – 131-шу. Крім того, Україна перша в Європі за обсягом про-

мислових і побутових відходів на душу населення: 95% сміттєвих залишків відправляється на полігони. Концепцію збереження природи без шкоди для економічного розвитку покладено в основу Концепції сталого розвитку. Зокрема, на Генеральній Асамблеї ООН у 2015 р. офіційно прийнято набір із 17 цілей у стратегії сталого Розвитку (SDG). Ціль SDG 12.3 пов'язана із забезпеченням стійкої моделі споживання харчових продуктів у світі. У контексті зазначеного проблема екологічної відповідальності у скороченні харчових відходів та втрат для підприємств України є глобальною та актуальною.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання етичного споживання та відповідальності розглядалися у роботах Ж. Бодріяра, Д. Белла, Д. Джоєла Ф. Котлера, М. Старра, Е. Фромма [2–4; 12] та ін. У статті Г. П'ятницької та В. Жуковської [5, с. 23–25] проаналізовано соціальні ініціативи підприємств роздрібної торгівлі щодо впровадження стандартів із безпечності харчових продуктів; екологічні показники у складі інформаційного забезпечення соціальної відповідальності в обліковій звітності

підприємства вперше запропоновано С. Король [6, с. 201–339]. Методичні аспекти маркування продукції та контролю безпечності харчових продуктів у харчовому ланцюгу висвітлено такими авторами, як В. Касянчук, О. Бергілевич, Ю. Новожицька та ін. [7, с. 15–31].

Торговельний бізнес в Україні лише локально проявляє соціальну активність щодо екологічних аспектів діяльності підприємства та охорони навколишнього середовища. Україна прийняла на себе зобов'язання з утилізації відходів, зокрема прийнята у листопаді 2017 р. Національна стратегія управління відходами в Україні до 2030 р. [8], але програма не набула широкого поширення. Громадські організації та громадяни звертають увагу органів влади на безпечність реалізованих у мережі харчових продуктів. Головне управління Держпродспоживслужби, відповідно до покладених на нього завдань у сфері здійснення державного нагляду (контролю) над дотриманням законодавства про захист прав споживачів, перевіряє додержання суб'єктами господарювання, що провадять діяльність у сфері торгівлі і послуг, вимог законодавства про захист прав споживачів, а також правил торгівлі та надання послуг; проводить контрольні перевірки правильності розрахунків зі споживачами за реалізовану продукцію; накладає на суб'єктів господарювання сфери торгівлі і послуг штрафи та ін.

Глобальний саміт ООН зі стійкого розвитку за участю багатьох зацікавлених сторін запропонував ідею створити групи керівників глобальних компаній, які будуть виступати лідерами мобілізації дій і прискорення соціального прогресу у досягненні цілі SDG 12.3, якою передбачено скорочення наполовину глобальних харчових відходів на душу населення на роздрібному і споживчому рівнях, а також скорочення втрат харчових продуктів у всьому ланцюгу поставок – від вирощування врожаю (включаючи втрати після збирання врожаю) до поставки кінцевому споживачу до 2030 р.

Отже, розвиток наукових підходів до підвищення екологічної відповідальності підприємств ритейлу у скороченні харчових утрат та відходів відповідно до глобальної мети SDG 12.3 та Національної стратегії управління відходами в Україні визначили проблематику дослідження.

Постановка завдання. Мета дослідження – обґрунтувати пропозиції щодо соціально відповідального управління запобіганням харчовим утратам та можливості скорочення утилізації харчових відходів у процесі діяльності підприємств ритейлу.

Виклад основних результатів. За даними ООН [9], утрати харчових продуктів призводять до економічних збитків у розмірі \$940 млрд. на рік. Так, згідно з даними, домашнє господарство Великої Британії з дітьми у середньому витрачає 700 фунтів стерлінгів на їжу, що викидається, у США – \$1 500. Про високий рівень соціальної відповідальності свідчатиме не лише зміни політики підприємства

торгівлі на користь «зеленої» логістики, а й відповідність підприємства екологічним та санітарним вимогам безпеки харчових продуктів у міжнародних та державних нормативних актів.

На жаль, ці напрями діяльності є відповідальністю незначної кількості підприємств торгівлі. У правовому полі підприємства керуються законами України «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів» та «Про охорону навколишнього природного середовища», що визначає правові, економічні та соціальні основи організації охорони навколишнього природного середовища в інтересах нинішнього і майбутніх поколінь. Останній урегулює правові, організаційні та економічні засади діяльності, пов'язаної із запобіганням або зменшенням обсягів утворення відходів, їх перевезенням, зберіганням, переробкою, утилізацією, захороненням. Закон визначає основні принципи і напрями державної політики у сфері поводження з відходами. Окрім зазначеного, у ст. 48 цього Закону передбачено заходи щодо стимулювання раціонального використання природних ресурсів, охорони навколишнього природного середовища шляхом [14]: а) надання пільг під час оподаткування підприємств у разі реалізації ними заходів щодо раціонального використання природних ресурсів та охорони навколишнього природного середовища, під час переходу на ресурсо- й енергозберігаючі технології, впровадження очисного обладнання й устаткування для утилізації та знешкодження відходів, а також приладів контролю над станом навколишнього природного середовища та джерелами викидів і скидів забруднюючих речовин, виконанні інших заходів, спрямованих на поліпшення охорони навколишнього природного середовища; б) надання на пільгових умовах короткострокових і довгострокових позичок для реалізації заходів щодо забезпечення раціонального використання природних ресурсів та охорони навколишнього природного середовища; в) встановлення підвищених норм амортизації основних виробничих природоохоронних фондів; г) звільнення від оподаткування фондів охорони навколишнього природного середовища та ін.

Міжнародний та глобальний досвід екологічної відповідальності торгівлі випереджає Україну на декілька років: найбільші компанії світу у сфері торгівлі добровільно беруть на себе відповідальність щодо ефективного управління продажем харчових продуктів та їх утратами в ланцюгу споживання шляхом приєднання до впровадження положень стандарту FLW (*Food Loss and Waste*). Стандарт FLW описує вимоги щодо звітування для ефективного вимірювання відходів та управління попередження втрат харчових продуктів [10], а також спрямований допомогти країнам, компаніям та іншим суб'єктам кількісно оцінити масштаб і місця утворення харчових утрат та відходів, заощадити різні ресурси, зменшити обсяги утилізації продуктів харчування.

Вивчення соціальних звітів міжнародних лідерів роздрібного ритейлу свідчить про актуальну проблему торговельних мереж щодо синхронізації та інтеграції управління поставками товарів, їх подальшим зберіганням, реалізацією та, за необхідності, списанням й утилізацією. Лідерами соціальних ініціатив скорочення утилізації продовольчих відходів серед підприємств ритейлу (табл. 1) варто назвати глобальні мережі «ІКЕА», «Теско». Підприємства впроваджують спеціальні додатки, щоб максимально оперативним чином попереджати партнерів про надлишки і наближення термінів споживання.

Суб'єктами звітування виступають міжурядові установи, уряди (наприклад, держави та міста), галузеві асоціації, компанії, сільськогосподарські товаровиробники тощо. Наприклад, у Великобританії мережевий оператор «Теско» публікує за стандартом FLW незалежні внутрішні дані про вимірювання втрат продуктів і харчових відходів, що утворюються від операційної діяльності торговельної мережі. У понад 400 магазинах «Теско» у Центральній Європі (Чеській Республіці, Угорщині, Польщі та Словаччині) оператор як стратегічну мету прийняв рішення про запровадження квоти на харчування від усіх центральних європейських магазинів до 2020 р.

Згідно з протоколу за стандартом FLW, до харчових відходів, які створюються у магазинах торговельної мережі, належать: продукти харчування, у яких закінчився термін придатності; продукти харчування, які були пошкоджені під час транспортування, сортування, викладки тощо (які мали дефекти чи пошкодження упаковки, був порушений режим зберігання внаслідок поломки холодильної камери); залишки продуктів, які утворюються внаслідок нереалізованих продуктів власного виробництва відділами кулінарії; залишки їжі в кафе і ресторанах мережі магазинів та індивідуального харчування.

Практично харчові відходи утилізують методом компостування (природного розкладання); шляхом переробки відпрацьованого курячого жиру і рослинного масла на біодизель; з інших харчових відходів шляхом анаеробного компостування або згоряння можна отримати джерела додаткової енергії. Стандартизація етикетки з датами харчування – це ще один з ефективних способів раціоналізувати втрати харчових продуктів, що викидаються домогосподарствами, економії та зменшення екологічного впливу.

Галузь торгівлі здатна допомогти скоротити харчові відходи не тільки в окремо взятій мережі, а й вплинути на раціональне споживання в усьому ланцюгу товароруку товарів від постачальників (фермерське господарство, фабрики, переробний завод тощо) в Україні.

На сьогоднішній день підприємства торгівлі здійснюють облік відходів та пакувальних матеріалів і тари за типовою формою первинної облікової документації № 1-ВТ «Облік відходів та пакувальних матеріалів і тари» (згідно з Інструкцією щодо заповнення типової форми первинної облікової документації), але зазначена форма не включає дані про продукти (чи сполуки), що являють собою готову продукцію, яка підлягає подальшому використанню [7]. Приєднання до стандарту FLW про скорочення втрат і зменшення харчових відходів – це добровільна ініціатива підприємства, але ця ініціатива вигідна як підприємству, так і суспільству. Для кожного рівня утворених відходів та втрат харчових продуктів необхідне встановлення пріоритетних цілей і дій. Для цього доцільно ознайомити соціальних партнерів із намірами соціально відповідальних дій з екологічної ініціативи підприємства та отримати згоду про партнерство. Найбільш складне завдання для даної соціоecологічної ініціативи – визначити параметри інформаційного забезпечення

Таблиця 1

Соціальні стратегії скорочення утилізації продовольчих відходів в окремих країнах

Суб'єкт-ініціатор, назва проекту	Характеристика проекту
Рада з питань харчової політики (м. Торонто, Канада) проект Food After Ward	Інструмент картографування документує наявні харчові активи кожного з районів м. Торонто, що полегшує визначення сфер нерівності доступу до харчових продуктів та конкретних потреб, які потребує кожна громада
Міністерство охорони здоров'я Італії у 2016 р. встановило обмеження на використання гербіциду гліфосату	Міністерство охорони здоров'я Італії встановило заборону на використання гліфосату в громадських місцях: парках, садах, дворах, дорожніх та залізничних вулицях, спортивних майданчиках, ігрових майданчиках та школах
Франція заборонила харчові відходи у супермаркетах (2016 р.) Закон для допомоги 10 тис. прийомів їжі на рік для голодуючих у Франції	Франція офіційно заборонила супермаркетам із площею від 4 305 м ² і більше відкидання та знищення непроданих залишків їжі. Надлишок їжі та харчових продуктів, що наближаються до кінцевого строку зберігання, підприємства повинні пожертвувати останні «до краху» дат благодійним фондам або віддати на корм для тварин. Цей закон також полегшить компаніям харчової промисловості безпосередньо жертвувати свої надлишки продуктів зі своїх фабрик
Компанія «ІКЕА», програма Food is Precious (Дорогоцінне продовольство)	Соціальні ініціативи «ІКЕА» – скоротити на 50% відходи харчових продуктів до серпня 2020 р. У травні 2017 р. понад 20% усіх магазинів почали впровадження управління скороченням утрат продовольчих відходів

Джерело: розроблено автором за даними [11]

виявлення утворюваних залишків у режимі реального часу, оскільки не всі партнери (постачальники, перевізники, виробники) можуть бути інтегровані в одному ланцюгу та дистанційно ідентифікувати продукцію. Головними бар'єрами сьогодні є конфіденційність договорів, неможливість доступу до інформації третіх осіб, а в деяких моментах небажання брати екологічну відповідальність, мати «зайвий клопіт» (легше списати та викинути на смітник). За інсайдерською інформацією (дослідження автора), в Україні один магазин (дискаунтер, супермаркет) торговельної мережі може списувати в середньому щонайменше від 5 до 10 кг втрат харчових продуктів та відходів на місяць (100 кг), не враховуючи того, що частина товарів, термін яких збігає, віддається назад постачальнику. Якщо магазинів 100, то це близько 10 тис. т для торговельної мережі в Україні.

Розроблення соціальної ініціативи екологічного впливу щодо скорочення харчових утрат починається з комплексного моніторингу відходів, які утворюються на підприємстві торгівлі в усіх підрозділах, які відповідають за поставку, зберігання і реалізацію продовольчих товарів. Щоб забезпечити унікальну цінність для клієнтів на відміну від конкурентів, головне завдання підприємства – своєчасно реагувати на запити цих проблем і трансформувати під клієнтські запити поставку товару кінцевому споживачу. Вимоги до бізнес-процесів у ланцюгу поставок мають бути оптимізаційно раціональними, зважаючи на те, що покупці вимагають від підприємств торгівлі більшої гнучкості у ціновій та асортиментній пропозиціях. Необхідно відзначити, що

українські роздрібні мережі поступово стають у даному питанні більш інноваційними, проводять адаптаційну політику з постачальниками, хоча і спостерігається певний ціновий тиск в організаційній структурі на постачальника. Формулювання змісту соціальних екологічних цілей передбачає визначення кількісних параметрів та фіксацію конкретних послідовних дій підприємства (рис. 1).

Наприклад, якщо підприємство торгівлі бере зобов'язання скоротити мережеві харчові відходи на 30%, необхідно встановити конкретні цільові параметри, вказати партнерів, які будуть задіяні у цій діяльності: «Скоротити втрати споживання продуктів харчування в операційному циклі на 30% або __ (кг/т) до 2030 р. Разом із постачальниками в партнерстві скоротити кількість харчових відходів на __ до 2025 р. у ланцюгах поставок».

Інноваційність у підходах до управління бізнес-процесами, інтегрування із цифровими технологіями клієнтоорієнтованого управління, високий рівень компетенцій цифрової аналітики менеджерів – це ті головні критерії, які дадуть змогу підприємству торгівлі залишатися конкурентоспроможним. Активізація поєднання традиційної та електронної торгівлі висуває нові вимоги для великих торговельних мереж у своїй соціальній діяльності: вимагають більшої уваги, більш продуманої маркетингової стратегії з раціональним бюджетом і водночас зваженої поведінки реагування продавців (менеджерів із продажу) магазинів на зміну споживчих настроїв клієнта; бути готовим надати персоналізовані пропозиції, ініціювати цікаві спільні зі споживачем

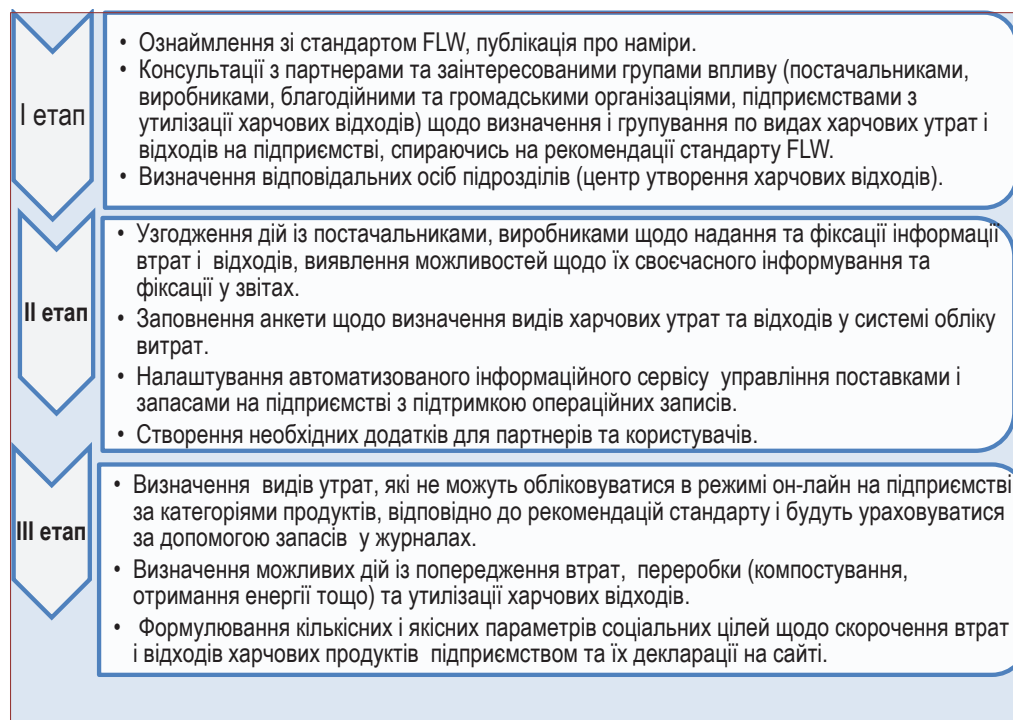


Рис. 1. Алгоритм формування екологічних цілей у стратегії розвитку підприємства

Джерело: авторська розробка на основі [10]

дослідницькі проекти тощо. У кінцевому підсумку від оптимізації виграють і постачальник, і магазин, і споживач, який прагне отримати прийнятну для себе цінність. Показовим у визначенні соціоecологічного ефекту в програмі утилізації харчових відходів є досвід британської торговельної мережі Tesco (Великобританія), яка з 2015 р. впровадила стратегію управління скороченням утрат харчових відходів. Ритейлер відкрито задекларував у 2016 р., що у своїй торговельній мережі втрачає близько 1% їжі (продуктів). Згідно із соціальним звітом Tesco [12], магазини мережі обслуговують понад 50 млн. покупців на тиждень, що в річному еквіваленті становить майже 47 тис. т (табл. 2).

Таблиця 2

Ефекти економічного, екологічного та соціального впливу мережі Tesco

Показники	2015/16	2016/17	Зміни
Всього продаж продуктів у магазинах Великобританії, т	9 850 334	9 957 374	До 107 050
Всього харчових відходів т	42 680	46 684	До 4 004
Відходи від продажу харчових продуктів, %	0,43	0,47%	0,04
Благодійні пожертви, т	2 303	5700	До 148%
	3500 тис. благодійні організацій		
Екологічний ефект	Отримання і використання біогазу		
Встановлені цілі: запобігти харчовим утратам у роздрібних операціях магазинів мережі у Великобританії до кінця 2017 р.; ніяка їжа, безпечна для споживання людиною, не буде втрачена в 2018 р.			

Джерело: складено автором за даними [13]

У рамках упровадження екологічного проекту у Великобританії торговельна мережа Tesco планує вдвічі скоротити витрати на продовольчі товари до 2030 р.; керівництво взяло на себе соціальні зобов'язання щодо запобігання втрат їжі й своєчас-

ного надання допомоги благодійним організаціям як пожертв у разі утворення надлишків харчових продуктів. Окрім того, на своєму сайті Tesco публікує інформацію та залучає споживачів до участі в боротьбі з харчовими втратами в операційній та повсякденній діяльності.

У роботі «Мати чи бути?» Е. Фромм, описуючи використання ресурсів людиною постмодерну, зауважує [12, с. 188]: «Аби люди покінчили з патологічним споживанням ... слід радикально змінити економічну систему: покласти край нинішньому становищу, за якого існування здорової економіки можливе лише ціною нездоров'я людей». Тому соціальні ініціативи участі підприємств ритейлу в підтримці навколишнього середовища можуть бути застосовані в таких аспектах, як: розроблення оптимальних маршрутів і способів переміщення вантажів із погляду охорони навколишнього середовища; розвиток елементів логістики екологічної інфраструктури; транспортування товарів тими видами транспорту, що споживають менше палива та виробляють менше викидів вуглецю; розміщення складів поза населеними пунктами та спільне використання складського господарства тощо.

Висновки. Таким чином, підвищення екологічної відповідальності підприємств в Україні пропонується через упровадження та реалізацію соціоecологічних проектів, що масштабуються в рамках міжсекторного партнерства підприємств торгівлі та мають бути підтримані на всіх рівнях місцевих органів влади (місцевих громад). Запропоновано алгоритм формування екологічних цілей у стратегії соціального розвитку підприємства торгівлі як добровільної ініціативи на основі стандарту FLW. Позитивний соціоecологічний ефект для підприємства полягатиме у: а) зменшенні відходів у кг/т на рік (тобто відправки відходів на полігон); б) підвищенні доходності компаній у відсотках (економічний ефект) за рахунок залучення споживачів (їх довіри соціально відповідальній діяльності підприємства) та персоналу організації, який бере участь у благодійних програмах; в) кількості наданих харчових продуктів як благодійної допомоги незаможним верствам населення; г) внеску в розвиток суспільства, підвищенні екологічного рейтингу України.

Список літератури:

1. Environmental Performance Index. Україна 2016 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://epi.yale.edu/country/ukraine>.
2. Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры / Ж. Бодрийяр. – М. : Республика ; Культурная революция, 2006. – 269 с.
3. Дэвис Дж. Ethics and environmental marketing / Дж. Дэвис // Journal of Business Ethics, February. – 1992. – Volume 11. – Issue 2. – P. 81–87.
4. Starr M.A. The social economics of ethical consumption: Theoretical considerations and empirical evidence, 2009. – № 7 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.american.edu/cas/economics/research/papers.cfm>.
5. Пятницкая Г. Развитие внутренней торговли: современные трансформации и приоритеты социализации / Г. Пятницкая, В. Жуковская // Актуальні проблеми економіки. – 2015. – № 11. – С. 17–29.
6. Король С.Я. Соціальна відповідальність бізнесу: теорія та методологія обліку : [монографія] / С.Я. Король. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. – 455 с.
7. Методичні рекомендації щодо застосування простежуваності для контролю безпечності харчових продуктів в харчовому ланцюгу / В. Касянчук [та ін.]. – Київ, 2014. – 34 с.

8. Про схвалення Національної стратегії управління відходами в Україні до 2030 р. : Розпорядження КМУ від 08.11.2017 № 820-р.
9. Release: companies commit to simplify food date labels worldwide by 2020, reducing food waste [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://champions123.org/2017/09/20/release-companies-commit-to-simplify-food-date-labels-worldwide-by-2020-reducing-food-waste/>.
10. FLW Standard [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://flwprotocol.org/flw-standard/>.
11. Sixteen noteworthy food moments in 2016 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.csmonitor.com/Business/The-Bite/2016/1230/Sixteen-noteworthy-food-moments-in-2016>.
12. Фромм Е. Маги чи бути? / Е. Фромм ; пер. з англ. – К. : Укр. письменник, 2010. – 222 с.
13. Tesco PLC [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.tescopl.com/little-helps-plan/products-food-waste/uk-food-waste-data/>.
14. Про охорону навколишнього природного середовища [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/go/1264-12>.

УДК 658

Котькалова-Литвин І.В., к.е.н., доцент,
доцент кафедри менеджменту
Європейський університет

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Котькалова-Литвин І.В. Теоретичні засади розвитку підприємства. У статті проаналізовано наукові підходи до визначення сутності розвитку підприємства. На основі аналізу та систематизації літературних джерел запропоновано авторське визначення ключових ознак економічного розвитку підприємства. Охарактеризовано логіку формування та реалізації стратегії розвитку підприємства. Обґрунтовано необхідність використання інноваційного потенціалу як підґрунтя для успішного розвитку підприємства. На основі проведеного дослідження представлено авторське визначення наукової категорії «розвиток підприємства».

Ключові слова: розвиток підприємства, стратегія розвитку, інноваційний потенціал підприємства, економічний розвиток підприємства, інноваційний розвиток.

Котькалова-Литвин І.В. Теоретические основы развития предприятия. В статье проанализировано научные подходы к определению сущности развития предприятия. На основе анализа и систематизации литературных источников предложено авторское видение ключевых особенностей экономического развития предприятия. Охарактеризована логика формирования и реализации стратегии развития предприятия. Обоснована необходимость использования инновационного потенциала как фундамента для успешного развития предприятия. На основе проведенного исследования представлено авторское определение научной категории «развитие предприятия».

Ключевые слова: развитие предприятия, стратегия развития, инновационный потенциал предприятия, экономическое развитие предприятия, инновационное развитие.

Kotkalova-Lytvyn I.V. Theoretical basics for the development of enterprises. The article analyzes scientific approaches which define the essence of the development of an enterprise; on the basis of systematization and analysis of literary sources author proposes definition of key features of economic development of an enterprise; characterizes logic for building and implementing strategy of development for an enterprise, substantiates the necessity of using innovative potential as a basis for successful development of an enterprise. On the basis of the research author's definition of the scientific category "development of the enterprise" is presented.

Key words: enterprise development, development strategy, innovative potential, innovative development of the enterprise, economic development of the enterprise.

Постановка проблеми. Формування потужної економіки країни безпосередньо залежить від спроможності до розвитку як макросистеми (суспільства, держави, регіонів), так і мікрорівня (підприємства, промислового комплексу). Розуміння проблем і перспектив економічного розвитку має велике значення для України, її промислового сектора, тому що може бути осно-

вою для наукового відновлення стратегічних напрямів трансформації окремих промислових підприємств і оцінки ефективності дійсних і майбутніх досягнень.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Досить багато вчених-економістів досліджували питання розвитку підприємства: Н.М. Богацька, В.М. Геєць, Г.О. Горіна, В.П. Залуцька, Л.О. Ліго-