

Міністерство освіти і науки України
Вінницький національний технічний університет

Матеріали XLV науково-технічної конференції
підрозділів Вінницького національного
технічного університету (НТКП ВНТУ–2016)

02-11 березня 2016 року

Збірник доповідей

УДК 001
М34

Видається за рішенням Вченої ради Вінницького національного технічного університету Міністерства освіти і науки України

Головний редактор: В. В. Грабко
Відповідальний за випуск: С. В. Павлов

Робоча група з підготовки конференції:

Голова робочої групи: проректор з наукової роботи ВНТУ Павлов С. В.;

Заступник голови робочої групи: начальник НДЧ ВНТУ Богачук В. В.;

Члени робочої групи:

заступники деканів факультетів з наукової роботи;

заступник директора ІнЕБМД з наукової роботи;

директор ІРВЦ Власюк А. І.;

начальник відділу з питань інтелектуальної власності Кондратьєва Л. М.;

провідний інженер відділу з питань інтелектуальної власності Петросюк Т. А.

М34 Матеріали XLV науково-технічної конференції підрозділів Вінницького національного технічного університету (НТКП ВНТУ–2016) [Електронне мережне наукове видання] : збірник доповідей. – Вінниця : ВНТУ, 2016.

ISBN 978-966-641-743-8

Збірник містить тексти доповідей XLV регіональної науково-технічної конференції професорсько-викладацького складу, науковців, аспірантів та студентів Вінницького національного технічного університету з участю працівників підприємств м. Вінниці та Вінницької області з загально-інженерних, технічних, гуманітарних та фундаментальних наук.

НТКП ВНТУ проводиться у вигляді конференцій навчальних інститутів, факультетів, конференції Головного центру виховної роботи та конференції гуманітарних підрозділів. Кожна конференція має власну тематику, оргкомітет, строки проведення пленарних та секційних засідань, та складається з однієї або кількох секцій.

УДК 001

ISBN 978-966-641-743-8

© Вінницький національний технічний університет, укладання, оформлення, 2016

Зміст

НТК ВНТУ. Факультет менеджменту	1753
Секція економіки підприємства та виробничого менеджменту	
<i>Вячеслав Валерійович Кавецький</i> МОДЕЛЬ ОЦІНЮВАННЯ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА	1754
<i>Вячеслав Валерійович Кавецький, Світлана Вікторівна Лавута</i> ОСОБЛИВОСТІ СУЧАСНИХ СИСТЕМ ПЛАНУВАННЯ ВИРОБНИЧОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	1759
<i>Оксана Олександрівна Адлер</i> ОСОБЛИВОСТІ ВИЗНАЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ В ГІРНИЧОДОБУВНІЙ ГАЛУЗІ	1766
<i>Наталія Миколаївна Малініна</i> ШЛЯХИ ТРАНСФОРМАЦІЇ ПОДАТКОВОГО ЗАКОНОДАВСТВА ЩОДО ОПОДАТКУВАННЯ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВ	1771
<i>Катерина Медвецька</i> ПСИХОЛОГІЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ: СУТНІСТЬ, ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ	1775
<i>Тетяна Костянтинівна Мецєрякова</i> ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ БІРЖОВОЇ ТОРГІВЛІ СІЛЬГОСППРОДУКЦІЄЮ	1778
<i>Лілія Нікіфорова</i> УЗАГАЛЬНЕНА МОДЕЛЬ ОЦІНЮВАННЯ ДИНАМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ КАР'ЄРИ ПРАЦІВНИКА	1782
<i>Лариса Глуценко</i> МАРКЕТИНГОВІ ЧИННИКИ ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ ПРОДАЖУ ТОВАРІВ ПІДПРИЄМСТВА	1786
<i>Олександр Йосипович Лесько</i> РОЛЬ ПСИХОЛОГІЧНИХ ЗНАНЬ В УПРАВЛІННІ ОРГАНІЗАЦІЄЮ: МЕНЕДЖМЕНТ КАФЕДРИ	1789
<i>М. І. Небава, Ю. О. Галуцак</i> СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ОЛІЙНО-ЖИРОВОЇ ГАЛУЗІ	1792
<i>Володимир Олександрович Козловський</i> ДЕЯКІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ	1796
<i>Микола Іванович Небава</i> ДОСЯГНЕННЯ СОЦІАЛЬНОЇ СПРАВЕДЛИВОСТІ ЯК ПРИНЦИПОВА ОСНОВА ЕФЕКТИВНОСТІ СОЦІАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ	1801
<i>Дмитро Олександрович Левченко</i> РЕКЛАМА В ПОБУТІ ТА БІЗНЕСІ	1808
<i>Ірина Валеріївна Причєпа</i> СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМКИ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ ЗА СУЧАСНИХ УМОВ	1812
<i>Олександр Йосипович Лесько, Ірина Валеріївна Причєпа, Надія Олександрівна Кот</i> ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ ЗА УМОВ КРИЗОВИХ ПЕРЕТВОРЕНЬ	1816
<i>Ірина Валеріївна Причєпа, Ганна Іванівна Лисаченко</i> УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА	1820
<i>Денис Анатолійович Бердецький</i> ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ ЯК СКЛАДОВА СУЧАСНОГО БІЗНЕСУ	1824
<i>Наталія Михайлівна Тарасюк</i> ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ПОКАЗНИКІВ ДЛЯ ВИБОРУ ОПТИМАЛЬНОГО КАНАЛУ РЕАЛІЗАЦІЇ МОЛОКА ТА МОЛОЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ МОЛОКОПЕРЕРОБНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ УКРАЇНИ	1826
<i>Тетяна Сергіївна Костюк</i> СОЦІАЛЬНА СПРЯМОВАНІСТЬ БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ	1830
<i>Ольга Георгіївна Ратушняк</i> АНАЛІЗ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ	1833
<i>Олеся Панасюк</i> РЕФОРМА МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ – КЛЮЧОВИЙ ЕТАП ДЛЯ ФОРМУВАННЯ СТІЙКОГО РОЗВИТКУ ГРОМАД	1836
<i>Максим Мартьянов</i> РЕГІОНАЛЬНА ІННОВАЦІЙНА ІНФРАСТРУКТУРА ЯК ОДИН З КЛЮЧОВИХ ЕЛЕМЕНТІВ РЕГІОНАЛЬНОЇ ІННОВАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ	1839
<i>Олег Стрелюк</i> МАКРОЕКОНОМІЧНІ ТА МІКРОЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ МОДЕЛЮВАННЯ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	1844
<i>Інна Сельська</i> МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ ЯК ЧИННИК ЇХ РОЗВИТКУ	1848
<i>Віталій Кулачок</i> СВОЄЧАСНЕ РОЗПІЗНАННЯ СТРАТЕГІЧНИХ КРИЗ – ЗАВДАННЯ МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА	1851
<i>Георг Федорович Острий</i> УПРАВЛІННЯ ЗМІНАМИ ЯК ФАКТОР СТАБІЛІЗАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	1855
<i>Василь Фурик, Марина Бальзан</i> ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ ПОКАЗНИКАМИ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВАРИСТВ З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ	1859
<i>Марина Вікторівна Янович</i> ОБҐРУНТУВАННЯ ВИБОРУ ОПТИМАЛЬНОЇ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА	1863
<i>Марія Ігорівна Чередниченко</i> УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЧИМИ РИЗИКАМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ	1868
<i>Анастасія Олександрівна Хомюк</i> УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ФОРМУВАННЯМ ТА ВИКОРИСТАННЯМ КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА	1871
Секція менеджменту з інформаційної діяльності	
<i>Юлія Володимирівна Міронова</i> МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ ІНФОРМАЦІЙНИМИ РЕСУРСАМИ ПРИ ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ЕФЕКТИВНОСТІ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВАХ	1874
<i>Оксана Олександрівна Кагляк</i> НАУКОВО-ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ	1877
<i>Перегончук Надія Павлівна</i> ПОКРАЩЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ШЛЯХОМ ОРГАНІЗАЦІЇ КОМП'ЮТЕРНОЇ ІНФОРМАЦІЙНОЇ БАЗИ	1882
<i>Юлія Олександрівна Жалін</i> ІННОВАЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА	1886
<i>Анжеліка Олексіївна Азарова</i> РОЗРОБЛЕННЯ МАТЕМАТИЧНОГО МЕТОДУ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ	1888
<i>Наталія Володимирівна Лисак</i> ОЦІНЮВАННЯ РІВНЯ ЗАХИСТУ ІНФОРМАЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВІ ЗАСОБАМИ МАТЕМАТИЧНОГО МОДЕЛЮВАННЯ	1892
<i>Денис Валентинович Шеванюк</i> УДОСКОНАЛЕННЯ РЕКЛАМНОЇ КАМПАНІЇ ПІДПРИЄМСТВА ЗАСОБАМИ ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЙ	1896
<i>Георг Сергійович Козловський</i> МЕХАНІЗМ ВПРОВАДЖЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ МЕНЕДЖМЕНТУ НА ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ	1899
<i>Олександр Володимирович Теслик</i> МЕХАНІЗМ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЗАХИСТУ У ПЛАТІЖНИХ СИСТЕМАХ В INTERNET	1901
<i>Богдана Олександрівна Лозан</i> ВДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМУ РАЦІОНАЛЬНОГО ВИКОРИСТАННЯ ВИРОБНИЧИХ РЕСУРСІВ	1903

Денис Олександрович Патратій ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ	1907
Олена Іванівна Пужайло МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ	1909
Анастасія Вікторівна Кухар ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ІНФОРМАЦІЄЮ ВИРОБНИЧОГО ПІДПРИЄМСТВА	1912
Владислав Сергійович Калінчук ПОКРАЩЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ ЗАСОБАМИ СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ	1916
Анна Бондарчук ОЦІНЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ЗА ДОПОМОГОЮ СУЧАСНИХ НЕЙРОМЕРЕЖЕВИХ ТЕХНОЛОГІЙ	1918
Секція підготовки менеджерів	
Ірина Вікторівна Романець ВИКОРИСТАННЯ ІНСТРУМЕНТАРІЮ PERFORMANCE MANAGEMENT ДЛЯ ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ТЕХНОЛОГІЧНИХ ПАРКІВ	1921
Алла Станіславівна Краєвська КОМПЛЕКСНИЙ АНАЛІЗ СУЧАСНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ СИТУАЦІЇ В УКРАЇНІ	1925
Анна Сергіївна Панькевич ЕКОНОМІЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ АЛЬТЕРНАТИВНОЇ ЕНЕРГЕТИКИ В УКРАЇНІ	1928
Катерина Олександрівна Біла ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ БЕЗВІДХОДНИХ І МАЛОВІДХОДНИХ ТЕХНОЛОГІЙ	1931
Яна Іванівна Безусяк ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ	1934
Ірина Володимирівна Шварц ОСОБЛИВОСТІ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ ЗА СУЧАСНИХ УМОВ	1937
Тетяна Валеріївна Брик УДОСКОНАЛЕННЯ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ	1939
Тетяна Миколаївна Білоконь ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ВЕРТИКАЛЬНО ІНТЕГРОВАНИХ СТРУКТУР ...	1941
Оксана Владиславівна Безсмертна ОСОБЛИВОСТІ ПОСТАЧАВАННЯ МОЛОЧНОЇ СИРОВИНИ НА ПЕРЕРОБНІ ПІДПРИЄМСТВА	1944
Антон Юрійович Домбровський УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ СТРУКТУРИ ПІДПРИЄМСТВА	1946
Тетяна Миколаївна Пілявкоз ОЦІНКА РЕЗУЛЬТАТІВ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ	1949
Володимир Михайлович Семцов НЕСПОСТЕРЕЖУВАНА ЕКОНОМІКА ЯК ПЕРЕШКОДА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ	1951
Юлія Володимирівна Кучук, Ірина Вікторівна Романець, Тетяна Вікторівна Гончасренко УПРАВЛІННЯ ЕФЕКТИВНІСТЮ ПЕРСОНАЛУ У ФАРМАЦЕВТИЧНОМУ БІЗНЕСІ	1954
Олена Омелянівна Мороз, Світлана Омелянівна Белінська ЗАСТОСУВАННЯ МЕТОДУ ІСІКАВИ В УПРАВЛІННІ	1960
Ірина Володимирівна Шварц, Дмитро Миколайович Компанець АНТИКРИЗОВЕ УПРАВЛІННЯ ТА ЗАПОБІГАННЯ БАНКРУТСТВУ НА ПІДПРИЄМСТВІ	1963
Сергій Миколайович Чижик СУЧАСНІ МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ ТОВАРИМ АСОРТИМЕНТОМ ТА СКЛАДСЬКИМИ ЗАПАСАМИ В ТОРГОВЕЛЬНІЙ МЕРЕЖІ	1965
Людмила Миколаївна Ткачук ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПРОДУКЦІЇ В УМОВАХ ІНТЕГРАЦІЇ ДО СВІТОВОГО СПІВТОВАРИСТВА	1968
Ольга Василівна Новіцька МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ ТА МОДЕЛІ В АНАЛІЗІ ТА ПРОГНОЗУВАННІ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ	1970
Юлія Юрійівна Горбова ГРОШОВІ ПОТОКИ І ЇХ ОПТИМІЗАЦІЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ	1972
Анастасія Василівна Кирилович ОПТИМІЗАЦІЯ ДЖЕРЕЛ ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ	1976
Михайло Юрійович Дорофєєв ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	1979
Юрій Валерійович Коваль МЕХАНІЗМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ПІДПРИЄМСТВІ	1982
Олексій Ярославович Стахов ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ ФУНКЦІОНУВАННЯ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ В УКРАЇНІ	1985
Секція менеджменту та моделювання в економіці	
Олена Анатоліївна Сметанюк ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ ДИНАМІКИ ПІДПРИЄМСТВА НА РІЗНИХ СТАДІЯХ ЙОГО ЖИТТЄВОГО ЦИКЛУ	1987
Любов Сергіївна Філатова СУЧАСНЕ ТРАКТУВАННЯ СИНТЕЗУ КОНКУРЕНЦІЇ ТА МОНОПОЛІЇ	1990
Володимир Михайлович Семцов НЕСПОСТЕРЕЖУВАНА ЕКОНОМІКА ЯК ФЕНОМЕН СУЧАСНОСТІ	1993
Олег Васильович Мороз ОСОБЛИВОСТІ ПОБУДОВИ РЕГУЛЯТИВНОЇ ПОЛІТИКИ В УКРАЇНІ	1996
Анна Валеріївна Вітюк ПРОЦЕСИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО МАШИНОБУДУВАННЯ	1998
Олена Валеріївна Штовба МАРКЕТИНГ НАУКОВИХ ЖУРНАЛІВ	2001
Лілія Миколаївна Благодир НЕЙРОЕКОНОМІЧНІ МЕХАНІЗМИ ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ	2005
Наталія Володимирівна Рибачук ЕТАПИ ТА ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ МАРКЕТИНГУ В УКРАЇНІ	2008
Інна Володимирівна Зозуля ВАРІАТИВНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ СТРАТЕГІЙ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	2012
Юлія Сергіївна Крупчатнікова ТЕОРЕТИКО-ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ	2015
Анастасія Олександрівна Вінницька КРИТЕРІЇ ОПТИМІЗАЦІЇ ОРГАНІЗАЦІЙНИХ СТРУКТУР ПІДПРИЄМСТВА	2018
Ірина Олегівна Тисячук ПІДХОДИ ДО ОПТИМІЗАЦІЇ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ	2023
Катерина Володимирівна Волчаста ПОТЕНЦІАЛ І ПЕРСПЕКТИВИ БРЕНДИНГУ У ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ	2025
Тетяна Миколаївна Олійник УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ЯК ФАКТОР РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКИХ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ	2028
Світлана Олегівна Олійник ЕКОНОМІЧНА ОЦІНКА МОТИВАЦІЇ ТРУДОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВАХ У СУЧАСНИХ УМОВАХ	2031
Людмила Олександрівна Глухимчук МОТИВАЦІЯ ТРУДОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВАХ: СУТІСНИЙ АСПЕКТ	2033
Денис Сергійович Каковкін ВПРОВАДЖЕННЯ НОВІТНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ	2035
Аліна Володимирівна Шастун ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РЕСУРСАМИ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ	2037

Андрій Юрійович Горданов ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ АЛЬТЕРНАТИВНИХ ІНВЕСТИЦІЙ	2040
Анна Олександрівна Марчук КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ УКРАЇНСЬКОЇ МОЛОЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ НА ЗАКОРДОННИХ РИНКАХ	2043
Ірина Ігорівна Околіта ЯК МОТИВУВАТИ ІННОВАТОРІВ	2046
Ангеліна Вікторівна Белан РЕКЛАМНІ ТЕХНОЛОГІЇ НА БАЗІ СЕНСОРНОГО МАРКЕТИНГУ	2048
Ольга Олександрівна Ладика ПОНЯТТЯ І ЗНАЧЕННЯ КАТЕГОРІЇ «ЯКІСТЬ» В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ	2051
Сарсоса Бетанкурт Джефферсон Раміро РОЛЬ СОЦІАЛЬНИХ ФУНКЦІЙ У ДІЯЛЬНОСТІ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА	2054
Чула Чуамо Серж Рауль APPLIED ASPECTS OF ENTERPRISE MATERIAL RESOURCES MANAGEMENT	2056
Наталія Петрівна Карачина ЕВОЛЮЦІЯ СПРИЙНЯТТЯ БРЕНДИНГУ ТЕРИТОРІЙ В ЕПОХУ ЗМІН	2058
Леонід Миколайович Несен, Валентина Василівна Несен ЗБУТОВА ПОЛІТИКА ЯК ФАКТОР ФОРМУВАННЯ МОНОПОЛІСТИЧНОЇ КОНКУРЕНЦІЇ	2061
Секція фінансів	
Марія Олександрівна Гайдей ВІДМІННОСТІ ЕКОНОМІЧНОЇ ТА ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	2066
Наталія Олександрівна Паламарчук НАПРЯМКИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ФІНАНСОВОГО ПЛАНУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ХАРЧОВОЇ ГАЛУЗІ	2068
Анастасія Миколаївна Ковбасюк НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА	2071
Олена Анатоліївна Бардадин СУТНІСТЬ АНАЛІЗУ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ КОМЕРЦІЙНОГО БАНКУ	2074
Ірина Вікторівна Безрученко РЕНТАБЕЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ОСНОВНИЙ ПОКАЗНИК ЕФЕКТИВНОСТІ ЙОГО ДІЯЛЬНОСТІ	2077
Алла Вікторівна Козуб МЕТОДИКИ ОЦІНЮВАННЯ РІВНЯ ФІНАНСОВОГО ПЛАНУВАННЯ	2080
Олена Олександрівна Гребенюк АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ ФІНАНСОВОЇ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВ	2083
Ірина Василівна Дрозд НАПРЯМКИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ВЛАСНОГО КАПІТАЛУ ВІТЧИЗНЯНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ	2087
Ірина Юріївна Єніфанова ЕНЕРГОЗБЕРЕЖЕННЯ ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ ЧИННИК ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ	2089
Наталія Олександрівна Оранська МЕТОДИ НАРАХУВАННЯ АМОРТИЗАЦІЇ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ	2092
Аліна Олександрівна Тесьолкіна РЕЗЕРВИ ПОКРАЩЕННЯ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА	2095
Олена Григорівна Стемблевська СУЧАСНІ МЕТОДИ ТА МЕТОДИКИ УПРАВЛІННЯ КАПІТАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА	2098
Віталій Володимирович Зянько, Дун Чжисей МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	2101
Людмила Миколаївна Буліна ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ І ВИКОРИСТАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ	2103
Михайло Юрійович Дзюбо ОСОБЛИВОСТІ ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ	2105
Олександр Григорович Цвиг ВИЗНАЧЕННЯ КРЕДИТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА КОМЕРЦІЙНИМИ БАНКАМИ	2110
Анжеліка Володимирівна Хрипун ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА	2115
Аліна Олександрівна Сторчак ОСОБЛИВОСТІ ФІНАНСОВО-КРЕДИТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ БАНКІВ	2118
Віра Заграй ЗОВНІШНІЙ БОРГ УКРАЇНИ І ПРОБЛЕМИ ЙОГО ПОГАШЕННЯ	2122
Олександр Слободянюк УПРАВЛІННЯ СИСТЕМОЮ БЕЗГОТІВКОВИХ РОЗРАХУНКІВ ПІДПРИЄМСТВА	2127
Василь Григорович Фурик ОСОБЛИВОСТІ ІННОВАЦІЙНИХ ЗМІН ПІДГОТОВКИ МЕНЕДЖЕРІВ В УМОВАХ РОЗВИТКУ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ	2132
Вероніка Сергіївна Ревенко РОЗРОБКА МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМ ВАЖЕЛЕМ І РЕНТАБЕЛЬНІСТЮ КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА	2137
Оксана Олександрівна Гліничук ФІНАНСОВІ РЕСУРСИ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ, ЇХ ФОРМУВАННЯ ТА РОЗПОДІЛ	2142
Віталій Володимирович Зянько ІННОВАЦІЙНІ ЧИННИКИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНИХ ЕКОНОМІК	2144
Віталій Віталійович Зянько РОЛЬ ВЕНЧУРНОГО КАПІТАЛУ У ФОРМУВАННІ НАЦІОНАЛЬНОЇ ІННОВАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ	2146
Вікторія Сергіївна Гуменюк ПРИБУТКОВІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ЯК РЕЗУЛЬТАТ ЙОГО РОЗВИТКУ	2149
Валентина Валеріївна Постернак СУТНІСТЬ ТА РОЛЬ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВА	2151
Ірина Василівна Орїх СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ КАПІТАЛОМ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ	2156
Наталія Романівна Волоска АНАЛІЗ СТАНУ ТА ШЛЯХИ ПОКРАЩЕННЯ ВИКОРИСТАННЯ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ПІДПРИЄМСТВА	2160
Вікторія Андріївна Кривошилова УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ ПІД ЧАС КРИЗИ	2163
Крістіна Костянтинівна Андрєєва АНАЛІЗ КРЕДИТНОГО ПОРТФЕЛЯ КОМЕРЦІЙНОГО БАНКУ	2166
Дун Сін'їн ОСНОВНІ ЕЛЕМЕНТИ ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ	2170
Галина Володимирівна Палій ОСОБЛИВОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ	2172
Афсун Етірам Оглі Адгозалов МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНЮВАННЯ ПРИБУТКОВІСТІ ПІДПРИЄМСТВА	2176
Анастасія Ігорівна Хомчук ЧИННИКИ, ЯКІ ВПЛИВАЮТЬ НА СТАТУТНИЙ КАПІТАЛ ПІДПРИЄМСТВ	2178
Крістіна Русланівна Траченко УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМ СТАНОМ ПІДПРИЄМСТВА	2181
Секція управління інформаційною безпекою та консолідованими інформаційними ресурсами	
Анатолій Антонович Шیان МОДЕЛІ ТА МЕТОДИ ЗАХИСТУ ЛЮДИНИ ТА СУСПІЛЬСТВА ВІД НЕГАТИВНОГО ІНФОРМАЦІЙНОГО ВПЛИВУ	2186
Олександр Юрійович Беляєв МЕТОД ВИЗНАЧЕННЯ РІВНЯ ВИКОНАННЯ ВИМОГ ІЗ ЗАХИСТУ ІНФОРМАЦІЇ СПІВРОБІТНИКАМИ ПІДПРИЄМСТВА	2188
Ольга Володимирівна Салєєва СИСТЕМОЛОГІЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ СУБ'ЄКТІВ ЗАХИСТУ ІНФОРМАЦІЇ	2190
Марія Володимирівна Коломієць ВИРІШЕННЯ ПРОБЛЕМ ЗАХИСТУ ЕЛЕКТРОННИХ ПЛАТІЖНИХ СИСТЕМ	2192
Оксана Миклаївна Лавренюк АНАЛІЗ МОЖЛИВИХ ЗАГРОЗ ІНДИВІДУ З БОКУ КОМУНІКАНТІВ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ	2194

<i>Наталія Володимирівна Горох</i> МЕТОД ВИЯВЛЕННЯ ГРУП РИЗИКУ ВИТОКУ ІНФОРМАЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВІ ІЗ ВИКОРИСТАННЯМ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ	2196
<i>Володимир Михайлович Заячковський</i> АНАЛІЗ МОДЕЛЕЙ ЗАГРОЗ, ЩО ВИНИКАЮТЬ ПІД ЧАС РОЗПОВСЮДЖЕННЯ ІНФОРМАЦІЇ ЗАСОБАМИ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ.....	2196
<i>Іван Васильович Ковальчук</i> МОДЕЛЬ ПІДВИЩЕННЯ ЗАХИЩЕНОСТІ РЕГІОНУ ВІД ІНФОРМАЦІЙНИХ ЗАГРОЗ З БОКУ ВИМУШЕНИХ МІГРАНТІВ	2200
<i>Світлана Наумова</i> СИСТЕМНИЙ АНАЛІЗ АДАПТИВНИХ МОЖЛИВОСТЕЙ ЛЮДИНИ В ЗАЛЕЖНОСТІ ВІД ТИПУ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО ІНСТИТУТУ В УМОВАХ СУЧАСНОЇ УКРАЇНИ	2202
<i>Василь Васильович Карпінець</i> ВИКОРИСТАННЯ СТЕГANOГPAФІЧНИХ МЕТОДІВ ВБУДОВУВАННЯ ІНФОРМАЦІЇ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЦІЛІСНОСТІ ВЕКТОРНИХ ЗОБРАЖЕНЬ	2204
<i>Марина Вікторівна Мигидин</i> ПІДВИЩЕННЯ ПРОПУСКНОЇ ЗДАТНОСТІ МЕТОДУ ПРИХОВУВАННЯ ІНФОРМАЦІЇ В РАСТРОВИХ ЗОБРАЖЕННЯХ	2206
<i>Павло Валерійович Павловський</i> МЕТОДИ ТА ЗАСОБИ ЗАХИСТУ ІНФОРМАЦІЇ ВІД ВИТОКУ ЧЕРЕЗ ЗВУКОЗАПИСУЮЧІ ПРИСТРОЇ	2208
<i>Марія Сергіївна Ратушняк</i> АНАЛІЗ СТЕГANOГPAФІЧНИХ МЕТОДІВ ЗАХИСТУ ІНФОРМАЦІЇ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ	2210
<i>Станіслав Олександрович Неснов</i> ПРИХОВУВАННЯ ІНФОРМАЦІЇ У КОНТУРАХ РАСТРОВИХ ЗОБРАЖЕНЬ	2212
<i>Ігор Валерійович Заступ</i> ОСОБЛИВОСТІ ПРИЙНЯТТЯ РІШЕНЬ АГЕНТАМИ ПІД ЧАС РОЗПОВСЮДЖЕННЯ ІНФОРМАЦІЇ СОЦІАЛЬНОЮ МЕРЕЖЕЮ.	2214
<i>Олександр Ігорович Цимбал</i> АНАЛІЗ СУЧАСНИХ МЕТОДІВ АТАК НА WEB-ДОДАТКИ	2216

XLV Науково-технічна конференція факультету менеджменту

Оргкомітет

Голова оргкомітету

М. І. Небава, ВНТУ, Україна

Заступник голови оргкомітету

А. О. Азарова, ВНТУ, Україна

Члени оргкомітету

О. Й. Лесько, ВНТУ, Україна

В. В. Зянько, ВНТУ, Україна

О. О. Мороз, ВНТУ, Україна

О. М. Роїк, ВНТУ, Україна

Н. П. Карачина, ВНТУ, Україна

Секції

Пленарне засідання

Секція економіки підприємства та виробничого менеджменту

Секція менеджменту з інформаційної діяльності

Секція підготовки менеджерів

Секція менеджменту та моделювання в економіці

Секція фінансів

Секція управління інформаційною безпекою та консолідованими інформаційними ресурсами

МОДЕЛЬ ОЦІНЮВАННЯ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Запропоновано модель оцінювання людського капіталу персоналу підприємства з врахуванням початкових здібностей майбутнього працівника. Індивідуальний облік людського капіталу персоналу передбачає створення спеціальних карток обліку людського капіталу і професіограм, які можуть використовуватись при наймі працівників, розміщенні кадрів, аналізі адаптації персоналу після найму, регулярній атестації персоналу з метою визначення рівня зростання людського капіталу, результативності праці і її оплати, аналізі впливу умов праці на людський капітал, при звільненнях, плануванні кар'єри, аналізі ефективності системи управління персоналом, аналізі ефективності інвестицій в людський капітал.

Ключові слова: оцінювання людського капіталу, людський капітал, атестація персоналу, трудові ресурси.

Abstract

The proposed model estimates the human capital of the personnel of the enterprise taking into account the initial abilities of the prospective employee on the basis of the factor of intelligence and the utilization of human capital. Individual human capital of the staff foresees the creation of a card of the accounting of human capital and professionogram that can be used in the hiring of employees placed frames, the analysis of the adaptation of personnel after recruitment, regular staff appraisals with the aim of determining the level of growth of human capital, efficiency of labour and its payment, the analysis of the impact of working conditions on human capital, layoffs, career planning, analysis of efficiency of the personnel management system, the analysis of efficiency of investments in human capital.

Keywords: evaluation of human capital, human capital, certification of personnel, human resources.

Вступ

При формуванні системи атестації персоналу підприємства – першого блоку інвестиційної політики підприємства в області людського капіталу – необхідно розв'язати сукупність складних задач, які виникають при оцінюванні інтелектуальної праці.

Облік трудових ресурсів на підприємстві має на увазі як загальні, так і індивідуальні характеристики персоналу. Загальні характеристики містять кількісну інформацію про такі показники: загальна чисельність, структура за спеціальностями, вікова, статева і національна структура, відповідність і склад працівників за спеціалізаціями, плинність кадрів тощо.

Метою роботи є дослідження можливості формування моделі людського капіталу персоналу підприємства з врахуванням початкових здібностей майбутнього працівника. Індивідуальний облік людського капіталу персоналу передбачає створення спеціальних карток обліку людського капіталу і професіограм, які можуть використовуватись при наймі працівників, розміщенні кадрів, аналізі адаптації персоналу після найму, регулярній атестації персоналу з метою визначення рівня зростання людського капіталу, результативності праці і її оплати.

Результати дослідження

Якісні характеристики містять одночасно і колективні результати оцінювання (психологічний клімат в колективі, рівень менеджменту), і індивідуальні: характеристики індивідуальної кваліфікації, досвіду, здоров'я, соціальних ознак, тобто результати оцінювання всієї сукупності активів людського капіталу особи.

Характеристики трудових ресурсів з позицій обліку людського капіталу повинні бути доповнені додатковими розрахунками і індивідуальними параметрами людського капіталу персоналу. Зростання продуктивності праці MRP необхідно розглядати як функцію декількох змінних

$$MRP = f(K_{ho}, K_{ht}, Z_t, K, W_t, M), \quad (1)$$

де $K_{\text{но}}$ – початковий людський капітал працівника в момент прийняття на роботу; $K_{\text{нт}}$ – людський капітал працівника за період роботи на підприємстві t ; Z_t – затрати підприємства на навчання, адаптація персоналу і інші інвестиційні програми в області формування людського капіталу підприємства; K – затрати капіталу, які забезпечують прийнятий рівень технології; W_t – ринкові рівні заробітної плати; M – мотивування працівника, обумовлені цілями підприємства і його корпоративною культурою.

Найбільша складність виникає одразу з необхідністю оцінювання $K_{\text{но}}$ – людського капіталу особи, накопиченого до моменту прийняття на роботу. Вартісне оцінювання людського капіталу неможливе за його сутністю, оскільки вона невід’ємна від живої сутності людини, можливості якої невідомі і теоретично не можуть вичерпуватись повністю виконанням конкретної, навіть самої складної роботи.

Загалом, категорія «робоча сила» – сукупність фізичних і духовних здібностей людини до праці, які реалізуються в процесі виробництва, яка з’являється на ринку як особливий товар, представляє собою не щось інше, як ринкове оцінювання майбутньої праці визначеної якості, а не оцінювання самої особи, яка використовує в цьому процесі лише частину активів свого людського капіталу [1].

Ринок праці, пред’являючи попит на деяку частину людського капіталу у вигляді набору спеціальних знань і навичок визначеного рівня, тобто визначеної продуктивності, оцінює дану продуктивність грошовим еквівалентом – запропонованою величиною заробітної плати (граничного продукту праці в грошовому вираженні). Точка рівноваги для кожного рівня різна, що спостерігається за різницею в оплаті праці спеціалістів однакової кваліфікації на українських і західних підприємствах, які функціонують в Україні.

За даними 2012-2015 років по Вінницькій області рівень заробітної плати працівників на підприємствах з іноземним капіталом вищий порівняно з вітчизняними [2]. Це пояснюється не тільки намаганням іноземних підприємств залучити кращих спеціалістів за допомогою вищої заробітної плати, але й вищими професійними вимогами. Як правило, підбір персоналу на такі підприємства супроводжується багатоетапним тестуванням та співбесідами з метою визначення рівня здібностей, підготовки за спеціальністю і знання іноземної мови.

Проблема виявлення здібностей майбутнього працівника надзвичайно складна і потребує участі висококваліфікованих психологів [3]. Параметри трудового потенціалу містять: інтелект, творчі здібності, здоров’я, освіту, професіоналізм, активність і організованість [4]. Розглядаючи людський капітал як трудовий потенціал, підтверджується припущення, що кожен з запропонованих елементів потенціалу в момент часу що розглядається, має конкретне кількісне значення (бо в особи вже накопичений визначений людський капітал K_0).

Суб’єктивність і неточність тестового оцінювання при наймі на роботу будуть, однак для підприємства і оцінювання зростання людського капіталу персоналу значно важливішим є моніторинг цих процесів і результатів діяльності які відповідають цим процесам.

Таким чином, система атестації персоналу – це методика яка реалізовується завдяки наявності методів оцінювання параметрів трудового потенціалу, їх регулярний моніторинг. Різниця в оцінках дасть величину накопиченого людського капіталу. Ознакою того, що сукупність здібностей, знань, мотивацій зросла, тобто трудовий потенціал збільшився, буде створення якісного закінченого продукту (або послуги), реалізація якого приносить додатковий дохід підприємству [5].

Однак необхідно розуміти, що хоча поняття «людський капітал» і трудовий потенціал еквівалентні, при реальному оцінюванні вони можуть не співпадати, бо оцінюється (на робочому місці) частина здібностей, знань і навичок людини (частка людського капіталу або частка активів), що належать визначеній сукупності $S = \{X_1, X_2, \dots, X_n\}$, де $X_1, X_2, \dots, X_n$ – здібності, знання, навички, мотивація, які необхідні працівникам на конкретному робочому місці. Загальне оцінювання всіх здібностей людини (наприклад, музикальних, математичних, художніх, педагогічних тощо) в умовах промислового підприємства по-перше, неможливе, а по-друге – економічно недоцільне [6].

Умова належності одній сукупності трудового потенціалу особи і необхідної для даного робочого місця робочої сили буде першою умовою найму на роботу і запорукою ефективної діяльності особи.

Індивідуальний облік людського капіталу персоналу передбачає створення спеціальних карток обліку людського капіталу (K_n) і професіограм (F_s), які можуть використовуватись при наймі працівників, розміщенні кадрів, аналізі адаптації персоналу після найму, регулярній атестації персоналу з метою визначення рівня зростання людського капіталу, результативності праці і її оплати, аналізі впливу умов праці на людський капітал, при звільненнях, плануванні кар’єри, аналізі ефективності системи управління персоналом, аналізі ефективності інвестицій в людський капітал.

Робота з розробки професіограм і карток трудового потенціалу персоналу повинна містити: 1) розробку шкал або якісних характеристик оцінювання трудового потенціалу; 2) підбір методів оцінювання; 3) постійне спостереження змін трудового потенціалу (людського капіталу).

Праця керівників і спеціалістів має ряд особливостей, які принципово відрізняють її від праці робітників. До основних належать: по-перше, предмет їх праці є інформація (у робітників – речовина або енергія); по-друге, праця містить творчу складову, яка визначає її різноманітність; третє, якість результату може не залежати від термінів і способів його отримання; четверте, відрізок часу між затратами праці і отриманням результату може бути значний, тобто часто спостерігають «відкладений результат»; п'яте, всі види творчої праці неможливо нормувати.

Перераховані особливості повинні враховуватися при аналізі можливих методів стимулювання інтелектуальної праці. Численні успішно працюючі в умовах ринку західні підприємства прямують шляхом індивідуалізації мотивів і стимулів праці цієї категорії працівників. При цьому враховується, що їх праця – не тільки засіб забезпечення життєвих потреб, але й реалізація потенційних можливостей в обраній професії [7].

В Україні при переході до ринкових відносин ця категорія персоналу виявилася в найгірших умовах, а оплата праці, в кращому випадку, забезпечувала відтворювальну функцію. Сьогодні оплату праці персоналу доцільно організовувати на базі концепції людського капіталу. Зростання людського капіталу повинно приводити до зростання національного багатства, на рівні і підприємства, і конкретної особи. Зростання індивідуального доходу, поставлене в залежність від зростання індивідуального людського капіталу і його застосування, дозволить принципово змінити систему оплати праці на підприємстві, і перейти до узгодження економічних інтересів осіб і соціальних груп (наприклад, роботодавців і найманих працівників), тобто до соціального партнерства [8].

Система оплати праці, побудована на базі концепції людського капіталу, дозволяє відокремити нормування праці від її оплати. (В реальній практиці норма часу часто виконує не характерну для неї функцію регулювання заробітної плати). Оплата праці в такій системі здійснюється не за відпрацьований час, а за робоче місце, яке потребує визначених здібностей, знань, навичок і мотивацій (тобто людського капіталу) і результатів. Технологічні параметри роботи, в тому числі нормовані затрати часу, визначаються контрактними угодами і слугують цілям підвищення ефективності роботи. Використання концепції людського капіталу означає розподіл всіх видів робіт на конкретному підприємстві за окремими кваліфікаційними групами, видами робочої сили, які вимагають конкретних здібностей і вмінь, що оцінюються в балах і мають свій діапазон. В межах діапазону встановлюються бали для всіх видів однотипних робіт за рівнями складності і відповідальності. Трудовий потенціал особи при наймі на роботу в організації, представлений в балах (оцінюється за допомогою спеціальних тестів), порівнюється з набором наявних шкал на підприємстві, що вже з самого початку дозволяє встановити відповідність даних претендента і вимог роботи. Для кожної професійної специфіки потребується свій набір якостей спеціаліста. Якщо для брокера важливі активність, комунікабельність, швидкий тип інтелекту, то для спеціаліста аналітика важливіші організованість, професіоналізм, творчі здібності тощо.

Моніторинг трудового потенціалу і продуктивності діяльності працівника дозволяє оперативно проводити регулярну атестацію, ротацію кадрів, здійснювати ефективні інвестиції в людський капітал, тим самим сприяти зростанню людського капіталу підприємства і збільшувати його дохід.

Для розв'язання задачі необхідно побудувати математичну модель, яка дозволяє розрахувати $K(X)$ – додатне число, яке тим більше, чим більше критеріїв оцінки якості X -спеціаліста і його вкладу в кінцевий результат. Складовими X є обрані вимоги (критерії), наприклад, Y_1 – професіоналізм (знання і досвід), Y_2 – інтелект, Y_3 – творчі здібності, Y_4 – відповідальність, Y_5 – організованість, ..., Y_n – особистий внесок. Кожному з критеріїв присвоюється ваговий коефіцієнт $R_1, R_2, \dots, R_n$. Кожна з цих складових в свою чергу поділяється на декілька ознак $Y_{11}, Y_{12}, \dots, Y_{15}; Y_{21}, Y_{22}, \dots, Y_{25}; Y_{51}, Y_{52}, \dots, Y_{55}$, з ваговими показниками $R_{n1}, R_{n2}, \dots, R_{n5}$ відповідно.

Математична модель, яка надає можливість ранжування, повинна мати ряд властивостей: 1) бути здатною до внесення до неї будь-яких параметрів, потрібних для оцінювання трудового потенціалу спеціаліста; 2) охоплювати будь-яку кількість параметрів, що потребуються для оцінювання; 3) допускати роботу з будь-якими шкалами; 4) дозволяти включати нові параметри без глобальної перебудови вже побудованої частини моделі.

Фактично, побудова моделі означає:

- побудову дерев якості фахівців за всіма обраними критеріями (рис.1);

- узгодження з експертами характеру зв'язку між елементами і визначення вагових коефіцієнтів за всіма вузлами дерев;
- розробку шкал для оцінки ознак в деревах.

Шкала ознак може бути безперервною або дискретною, однак кожна ознака повинна мати свій рівень оцінки від 0 до R_{ig} .

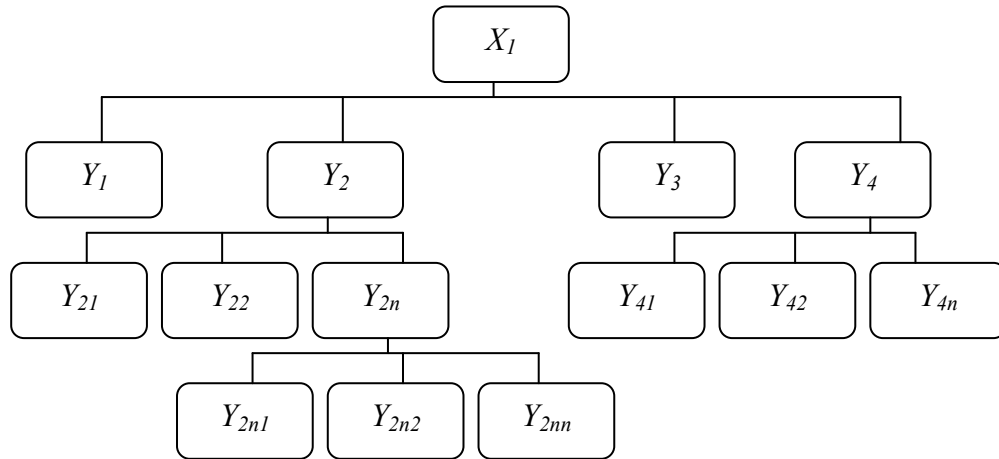


Рисунок 1 – Дерево якостей спеціаліста

Оплата праці спеціаліста може складатися зі змінної і постійної частин. Розглянемо декілька варіантів структури оплати праці.

1 варіант. Традиційна структура заробітної плати, в якій постійна тарифна частина відповідає посадовому окладу, є постійною частиною, змінна визначається добутком суми набраних балів за кваліфікаційною (атестаційною) таблицею на ціну балу. Ціна балу в цьому випадку – преміальний фонд поділений на суму балів всіх працівників.

2 варіант. Постійна частина – це фірмова гарантія, яка забезпечує як мінімум прожитковий мінімум в регіоні з врахуванням інфляції. Змінна частина залежить від людського капіталу особи і його реалізації, тобто визначається набраною сумою балів. Сума балів всіх працівників відповідає змінній частині фонду оплати праці, звідки легко визначити ціну балу.

Такий підхід ставить оплату праці спеціаліста в пряму відповідність з його накопиченими знаннями, відповідальністю, прийнятими рішеннями і якістю виконаних функцій. Конкретний розмір заробітку буде залежати від двох факторів: 1) значення функціоналу $K(X)$, тобто кількості набраних спеціалістом балів в даному періоді; 2) кількості коштів на оплату праці, отриманих підприємством (при однаковій бальній оцінці в різні періоди ціна балу може бути різною).

Перший фактор стимулює професійне зростання і сприяє планування кар'єри, другий – пов'язує конкретну результативність кожного працівника з результативністю підприємства.

3 варіант. Аналог японської моделі системи оплати праці [9]. В цьому випадку одна сітка є персональною, такою, що характеризує людський капітал, друга результативною (трудовою), такою, що характеризує досягнутий рівень продуктивності. Персональна сітка за горизонтальною шкалою оцінює здібності, знання, професіоналізм, за вертикальною – досвід; трудова сітка оцінює за горизонталлю складність і відповідальність в роботі, за вертикаллю – рівні результативності. Персональні і трудові ставки (бали) підсумовуються.

Запропоновані моделі можна пов'язати з вартістю різних функцій, які виконуються спеціалістами з врахуванням якості їх виконання і отриманих підприємством результатів.

Оскільки для українських підприємств поняття вартості виконаних функцій безпосередньо пов'язано з посадовою інструкцією і посадовим окладом, найпростіший аналог розглянутої методики буде складатися в ранжуванні всіх функцій групою експертів або самими виконавцями за ступенем важливості або складності так, щоб сума привласнених вагових коефіцієнтів дорівнювала 100%. Оскільки ці 100% відповідають набраним балам кваліфікаційної таблиці (посадовому окладу), то,

складаючи пропорцію, можна визначити вартість кожної вказаної в посадовій інструкції функції.

Здійснюючи на практиці подібну процедуру, як правило, спеціалісти роблять висновок про недосконалість посадової інструкції, оскільки в ній велика кількість виконуваних насправді робіт не враховуються або виконуються роботи які не відповідають посаді.

Тому доцільно розробити функціональний перелік і виконувати аналіз робочих функцій структурних підрозділів, оскільки це дозволить проаналізувати одночасно організаційну структуру підприємства, ліквідувати дублювання функцій, зменшити частку другорядних робіт, тобто робіт які непов'язаних безпосередньо з головною задачею організації, і спів ставити структуру витрат фонду оплати праці за функціями структурних підрозділів і пріоритети цих функцій. Загальна сума балів буде відповідати фонду оплати праці підприємства. Аналогічно визначається вартість всіх робіт в підрозділі.

Висновки

Моніторинг трудового потенціалу і продуктивності діяльності працівника дозволяє оперативно проводити регулярну атестацію, ротацію кадрів, здійснювати ефективні інвестиції в людський капітал, тим самим сприяти зростанню людського капіталу підприємства і збільшувати його дохід.

Система оплати праці, побудована на базі концепції людського капіталу, дозволяє відокремити нормування праці від її оплати. Оплата праці в такій системі здійснюється не за відпрацьований час, а за робоче місце, яке потребує визначених здібностей, знань, навичок і мотивацій (тобто людського капіталу) і результатів.

Запропоновані положення оцінювання інтелектуальної праці працівників підприємства, можуть бути основою побудови системи інвестиційного розвитку людського капіталу підприємства, оскільки відображують кількість і якість параметрів економіко-математичних моделей оцінювання інвестицій в людський капітал працівників підприємства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Інтеграція економічних та технічних процесів: сучасний стан і перспективи розвитку: колективна монографія. / за заг. Ред. Савчук Л.М., співавтори Нікіфорова Л.О., Шиян А.А. в частині: Модель спільної мотивації працівників і компанії щодо підвищення якості людського капіталу шляхом навчання — Х.: Вид-во «Діса плюс», 2015.— 480 с., С. 290-302. ISBN 978-617-706486 -1
2. Статистичний щорічник Вінничини за 2014 рік / Державний комітет статистики України, Головне управління статистики у Вінницькій області. – Вінниця : ГУСВО, 2015. – 630 с.
3. Нікіфорова Л.О., Крилов О.В. Необхідність інвестування у людський капітал на підприємствах // Всеукраїнська науково практична конференція «Теорія та практика трансформаційних перетворень в економіці, політиці та культурі за умов розвитку глобалізаційних процесів» (12-14 квітня 2011 р.) – ТНЕУ ВІЕ, Вінниця, 2011. – С. 41-43.
4. Причепя І.В. Теоретико-методологічні підходи до визначення потенціалу підприємства [Текст] / І.В. Причепя, В.О. Козловський // Вісник Вінницького політехнічного інституту. – 2007. - №3. – С. 28-33.
5. Армстронг М. Практика управління людськими ресурсами. 8-е изд. / Пер. с англ. под ред. С. К. Мордовина. – СПб.: Питер, 2007. – 832 с. – ISBN 978-5-88782-415-4
6. Дятлов С. А. Теория человеческого капитала : Учебное пособие. / С.А. Дятлов. – СПб.: Изд. СПбУЭФ,- 2006. - 230 с.
7. Человеческий капитал: содержание и виды, оценка и стимулирование: монография [Текст] / [Смирнов В.Т., Сошников И.В., Романчин В.И., Скоблякова И.В.] ; под ред. д.э.н., профессора В.Т.Смирнова. – М.: Машиностроение-1, Орел: ОрелГТУ, 2005. – 513 с. ISBN 5-94275-226-5.
8. Кавецький В.В. Класифікація компонентів та шляхи підвищення рівня людського капіталу підприємства [Текст] / В.В. Кавецький // Вісник Вінницького політехнічного інституту. – 2011. - №1. – С.49-54.
9. Ринкові моделі оплати праці / [Радомський С.І., Гончаров Є.В., Кірнос А.І., Кірнос І.О., Задорожний В. П., Долгальова Є.В.] ; під ред. Гончарова В.М. - Харків: Основа, 2000. - 247 с.

Вячеслав Валерійович Кавецький – ст. викладач кафедри економіки підприємства та виробничого менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця;

Vyacheslav Kavetskiy V. – senior lecturer of the Department of Economics of enterprise and production management, Vinnytsia national technical University, Vinnytsia.

ОСОБЛИВОСТІ СУЧАСНИХ СИСТЕМ ПЛАНУВАННЯ ВИРОБНИЧОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

¹Вінницький національний технічний університет

Анотація

Розглянуто особливості сучасних комплексних систем планування та управління діяльністю підприємства, їх послідовність розвитку і застосування, а також основні переваги та недоліки.

Ключові слова: системи планування, інформаційні системи управління, планування ресурсів.

Abstract

The features of modern integrated systems of planning and management of the business activities and their sequence of development and application, as well as the main advantages and disadvantages.

Key words: planning system, information management system, resource planning.

Вступ

Сучасні умови господарювання ставлять особливі вимоги до вітчизняних підприємств. Складність і рухливість процесів ринкової економіки в умовах кризи, часті корекції системи економічних законів і нормативних актів, що регламентують діяльність підприємств, швидкі технологічні зміни, швидкий розвиток інформаційних мереж і, внаслідок цього, доступність інформації, поява нових запитів та зміна позицій споживачів тощо сприяють застосуванню нових підходів та систем управління і планування діяльності підприємства.

Сьогодні виконання планів окремого підприємства відбувається під впливом кон'юнктури ринку, портфеля замовлень, сформованого за прямими договорами із споживачами продукції. В умовах ринкових відносин підприємство повинне саме визначати і прогнозувати параметри зовнішнього середовища, номенклатуру продукції і послуг, ціни, постачальників, ринки збуту і свої довгострокові цілі і стратегію їх досягнення. При переході до ринкових відносин система внутрішнього планування стає найважливішою функцією управління підприємства.

Метою роботи є виділення особливостей сучасних комплексних систем планування та управління діяльністю підприємства.

Результати дослідження

У скрутних умовах виходу, що склалися, з економічної кризи, непередбачуваності і динамічності зовнішнього оточення не тільки не можна знижувати увагу до питань планування діяльності підприємства, а навпаки, саме планування повинне посісти найважливіше місце в його практичній роботі.

Планування покликане забезпечити взаємозв'язок між окремими структурними підрозділами підприємства, які включають весь технологічний ланцюжок діяльності: наукові дослідження і розробки, виробництво і збут, інші види підприємницької діяльності [1].

Розвиток комп'ютерної техніки та інформаційних систем в 60-70-х роках ХХ ст. забезпечив поштовх до активного впровадження комп'ютеризованих систем планування та управління виробництвом. Співробітниками компанії ІВМ Д. Орликом та консультантом О. Уайтом був розроблений метод планування матеріальних потреб (MRP) з використанням комп'ютерної техніки. Комп'ютерна програма дала змогу оперативно коригувати графіки виробничого процесу та закупки матеріалів, управляти запасами з урахуванням прогнозів, потреб у випуску складної продукції, які постійно змінюються [2].

За цей час, інформаційні системи переросли з простих інструментів планування, в потужні засоби ведення бізнесу, що охоплюють всі сфери діяльності підприємства. Сучасні системи, дозволяють не тільки відображати дані в зручному для користувача вигляді, але і робити різного роду прогнози та

забезпечувати оперативне планування окремих видів діяльності, в основному забезпечення матеріальними ресурсами. Однак, незважаючи на все це, остаточне рішення все одно приймає людина, а система поки залишається лише складним інструментом і не більше того.

Сучасні системи планування та управління оперують з інформаційними потоками, породжуваними діяльністю підприємства і поділяються на такі основні класи:

MRP (Material Requirement Planning) – планування потреби в матеріалах та ресурсах;

MRP II (Manufacturing Resource Planning) – планування виробничих ресурсів;

ERP (Enterprise Resource Planning) – система планування ресурсів організації;

CSRP (Customer Synchronized Resource Planning) – планування ресурсів організації, синхронізоване на споживача;

ERP II (Enterprise Resource and Relationship Processing) – управління внутрішніми ресурсами і зовнішніми зв'язками організації [3]

Для MRP і MRP II існує чітке визначення і відповідний стандарт, за допомогою якого можна однозначно визначити, чи відноситься та чи інша система до даного класу. Для класів ERP і ERP II, чіткого стандарту не існує. Є тільки рекомендації і ряд критеріїв, з допомогою яких можна віднести інформаційні системи до цих двох класів. Термін ERP II з'явився зовсім недавно. Причиною тому став бурхливий розвиток Інтернет і збільшення його використання не тільки як середовища передачі гіпертексту, але і як способу обміну бізнес інформацією.

Охарактеризуємо основні характеристики та особливості наведених систем планування та управління діяльністю підприємства.

MRP (Material Requirement Planning) - метод планування потреб виробничого підприємства в натуральних одиницях (сировина, матеріали).

Сутність цього підходу полягає в розрахунку потреб у всіх видах матеріалів, сировини, комплектуючих, деталей, необхідних для виробництва кожного продукту з основного графіка в необхідному об'ємі, і подачі відповідних замовлень на постачання. Загальна послідовність дій наступна:

- 1) основний графік «розбивається» на окремі продукти, визначається обсяг їх випуску;
- 2) по відомостях специфікації матеріалів визначаються всі види матеріалів, сировини, комплектуючих, деталей, необхідні для виробництва кожного продукту, визначається їх кількість, потрібна для виконання основного графіка (валова потреба);
- 3) перевіряється наявність на даний момент всіх складових (матеріалів, деталей і так далі) на складах підприємства і визначається чиста потреба, тобто з врахуванням наявних запасів;
- 4) визначається час подачі замовлення, виходячи з тривалості постачань і часу, до якого вони повинні поступити, і інших чинників (мінімальний рівень запасів, мінімальний розмір замовлень, надійність постачальників і тому подібне).

Таким чином, при незалежному попиті або за відсутності застосування підходу MRP запаси безпосередньо не зв'язуються з виробничими планами і тому мають бути досить високими, аби дозволити задовольнити будь-який можливий попит. При використанні MRP рівень запасів низький і підвищується лише безпосередньо перед виконанням замовлення.

Основними перевагами MRP-системи є:

- 1) MRP оперує даними не про минулий вжиток, а про майбутні потреби;
- 2) Зниження об'єму запасів, тобто економія фінансів, площ, персоналу і т.д.;
- 3) Підвищення швидкості оборотності запасів;
- 4) Відсутність затримок, викликаних браком матеріалів;
- 5) Зменшення кількості термінових замовлень;
- 6) Можливість використання даних MRP для планування інших логістичних видів діяльності, як на підприємстві, так і в ланцюзі постачань.

Окрім переваг, MRP-системи мають і ряд суттєвих недоліків:

- 1) Потрібний великий об'єм детальної і точної інформації та суттєві обчислення;
- 2) Низька гнучкість не дозволяє оперативно реагувати на зовнішні зміни;
- 3) Наявність дуже складних систем управління великої розмірності і завантаженості, що може спричинити значне число збоїв в системі;
- 4) Розмір замовлень, пропонований MRP, може бути неефективний;
- 5) MRP може не враховувати обмеження по потужності і іншим параметрам;
- 6) Дороге і довготривале впровадження [4].

Характерне для MRP перспективне планування детально розглядає, що повинно бути зроблено, щоб була впевненість у тому, що ресурсів виявиться достатньо, коли це буде необхідно, а запити споживачів будуть вчасно задоволені.

MRP II (Manufacturing Resource Planning) - метод планування всіх ресурсів підприємства, включаючи планування матеріальних ресурсів, фінансове планування, а також елементи моделювання виробничих ситуацій. Загалом це спеціально розроблений набір методів планування та управління бізнесом, які підтримуються обчислювальними системами. В рамках MRP II можна вже планувати всі виробничі ресурси підприємства: сировину, матеріали, устаткування, людські ресурси, усі види споживаної енергії тощо. Прогнозування, планування і контроль виробництва здійснюється по всьому циклу, починаючи від закупівлі сировини і закінчуючи відвантаженням товару споживачеві.

Система планування виробничих ресурсів MRP II реалізує набір таких функцій: 1) планування продажів і виробництва; 2) управління попитом; 3) складання плану виробництва; 4) планування потреб в матеріалах; 5) специфікація продуктів; 6) управління складом; 7) планові поставки; 8) управління на рівні виробничого цеху; 9) планування виробничих потужностей; 10) контроль входу/виходу; 11) матеріально-технічне постачання; 12) планування розподілу ресурсів; 13) планування і контроль виробничих операцій; 14) фінансове планування; 15) моделювання; 16) оцінювання результатів діяльності.

Зазвичай MRP II застосовується на виробничих підприємствах, в суто комерційних підприємствах аналогічну функцію виконують системи DRP (планування ресурсів для управління комерційною діяльністю).

До переваг MRP II можна віднести:

- ✓ поліпшення обслуговування замовників за рахунок своєчасного виконання поставок;
- ✓ скорочення циклу виробництва і циклу виконання замовлення, отже, більш гнучка реакція на попит;
- ✓ скорочення незавершеного виробництва, тому що робота не буде видаватися, поки це не буде потрібно «точно вчасно» для задоволення кінцевого запиту;
- ✓ значне скорочення запасів, що дозволяє більш економно використовувати складські приміщення і скорочує витрати на зберігання;
- ✓ збалансованість запасів – зменшення дефіциту і застарілих запасів;
- ✓ підвищення продуктивності, тому що людські ресурси та матеріали будуть використовуватися у відповідності із замовленнями з меншими втратами; також можливо використовувати аналіз "що-якщо", щоб перевірити, чи відповідає виробництво завданням підприємства по одержанню прибутку.

По суті, ці переваги дозволять одночасно домогтися поліпшення виконання поставок, скорочення запасів, тривалості циклів, поточних витрат і одержати більш високий прибуток [5].

При всіх перевагах MRP II, аналогічних MRP, головними недоліками залишаються відсутність потрібної в деяких ситуаціях гнучкості і складність реалізації інтегрованої системи управління.

ERP (Enterprise Resource Planning) – інформаційна система ідентифікації і планування ресурсів підприємства, спожитих для виробництва, їх закупівлі, відвантаження і обліку в процесі виконання клієнтських замовлень, а також методологія ефективного планування і управління ресурсами підприємства, необхідних для виконання замовлень клієнтів у сферах виробництва, дистрибуції і надання послуг. Сутність системи ERP може бути представлена формулою:

$$ERP = MRP II + \text{логістика} + \text{дистрибуція} + \text{фінансове планування}. \quad (1)$$

Головна мета концепції ERP - поширити принципи MRP II на управління сучасними корпораціями. Концепція ERP являє собою надбудову над методологією MRP II. Не вносячи жодних змін у механізм планування виробничих ресурсів, вона дозволяє вирішити ряд додаткових завдань, пов'язаних з ускладненням структури компанії.

ERP-системи призначені для управління всією фінансовою та господарською діяльністю підприємства. Вони використовуються для оперативного надання керівництву підприємства інформації, необхідної для прийняття управлінських рішень, а також для створення інфраструктури електронного обміну даними підприємства з постачальниками і споживачами. Функції планування діяльністю підприємства реалізовані в окремих функціональних блоках. ERP-системи дозволяють використовувати одну інтегровану програму замість кількох розрізнених. Єдина система може

управляти обробкою, логістикою, дистрибуцією, запасами, доставкою, виставленням рахунків-фактур і бухгалтерським обліком. Крім того, для ERP-систем практично обов'язковим є наявність можливості електронного обміну даними з іншими програмами, а також моделювання низки ситуацій, пов'язаних в першу чергу з плануванням і прогнозуванням.

Незважаючи на незаперечні переваги, ERP системи не позбавлені суттєвих недоліків. Розглянемо найважливіші серед них.

1) Неефективність впровадження. Ця проблема є основною і свідчить про те, що будь-яка технологія буде корисна тільки у випадку її грамотного впровадження і використання.

2) Складність ефективної інтеграції із зовнішніми програмами. Особливо важливою є інтеграція з додатками електронного бізнесу.

3) Низька продуктивність. Ця особливість ERP-систем проявляється при інтеграції їх з додатками електронного бізнесу (B2B), в ситуаціях, коли необхідно оперативно обробляти одночасні запити багатьох тисяч користувачів про стан своїх замовлень.

4) Обмежені аналітичні можливості. ERP-системи добре справляються з отриманням і зберіганням даних, коли ж справа доходить до аналізу й обробки інформації, то можливості ERP-систем виявляються досить обмеженими. Крім того, ERP-системи недостатньо повно інтегровані з іншими програмами та зовнішніми джерелами інформації, звідки надходять дані для обробки.

5) Слабкі можливості по генерації звітів. У більшості ERP-систем реалізовані можливості отримання тільки статичних (хоча і комплексних) звітів [6].

CSRP (Customer Synchronized Resources Planning) – це планування ресурсів, синхронізоване з покупцем. Дана система орієнтована на взаємодію з клієнтами: містить отримання замовлень, розробку планів, проектів і завдань, техпідтримку. CSRP включає в себе повний цикл - від проектування майбутнього виробу з урахуванням вимог замовника, до гарантійного та сервісного обслуговування після продажу.

Сутність CSRP полягає в тому, щоб інтегрувати покупця в систему управління підприємством. При цьому не відділ продажів, а сам покупець розміщує замовлення на виготовлення продукції, сам відповідає за правильність його виконання і при необхідності відстежує дотримання термінів виробництва і постачання. Підприємство ж може дуже чітко відслідковувати тенденції попиту на його продукцію.

CSRP зміщує фокус підприємства з планування виходячи з потреб виробництва до планування від замовлень покупців. Діяльність по виробничому плануванню не просто розширюється, а видаляється і замінюється запитом покупців, переданими з підрозділів організації, орієнтованих на роботу з покупцями.

Вигоди успішного застосування CSRP - це підвищення якості товарів, зниження часу поставки, підвищення цінності продуктів для покупця і так далі, а в результаті цього - зниження виробничих витрат, але що більш важливо, це створення інфраструктури пристосованої для створення продуктів, що задовольняють потреби покупця, поліпшення зворотного зв'язку з покупцями і забезпечення кращих послуг для покупців. Це не ефективність виробництва, яка буде забезпечувати тимчасові конкурентні переваги, скоріше це здатність створювати продукти, які задовольняють потреби покупця і кращий сервіс. Здатність створювати купівельну цінність призведе до зростання доходів і стійкого конкурентної переваги.

ERP II (Enterprise Resource and Relationship Processing) – інформаційна система ідентифікації і планування ресурсів підприємства включає в себе засоби електронної комерції і модулі які забезпечують інтеграцію з Інтернет.

ERP II – управління внутрішніми ресурсами і зовнішніми зв'язками підприємства. Основна ідея ERP II полягає у виході за рамки завдань по оптимізації внутрішніх процесів організації: крім інтеграції таких традиційних для ERP систем областей діяльності підприємства, як управління фінансами, бухгалтерський облік, управління продажами і покупками, відносини з дебіторами і кредиторами, управління персоналом, виробництво, управління запасами, системи класу ERP II дозволяють управляти відносинами з клієнтами, ланцюжками поставок, вести торгівлю через Інтернет.

Авторитетна консалтингова компанія Gartner Group заявила про завершення епохи ERP-систем в 1999 році. На зміну була запропонована концепція ERP II – Enterprise Resource and Relationship Processing, управління внутрішніми ресурсами і зовнішніми зв'язками підприємства.

За визначенням, даним *Gartner Group* ERP II, - це бізнес-стратегія підприємства, що належить до певної галузі, та набір ключових для даної галузі додатків, які допомагають клієнтам і акціонерам компаній збільшувати вартість бізнесу за рахунок ефективної ІТ-підтримки та оптимізації операційних та фінансових процесів як усередині свого підприємства, так і у зовнішньому світі - в рамках співпраці з іншими корпораціями.

Основні відмінності систем управління підприємствами, побудованих на основі концепції ERP, наступні:

- 1) В ERP, на відміну від MRP II, більше уваги приділяється фінансовим підсистемам.
- 2) Системи ERP, на відміну від MRP II, орієнтовані на управління віртуальним підприємством. Віртуальне підприємство, що відбиває взаємодію виробництва, постачальників, партнерів і споживачів, може складатися з автономно працюючих підприємств, або корпорації, або географічно розподіленого підприємства, або тимчасового об'єднання підприємств, що працюють над проектом, державною програмою та ін.
- 3) В ERP додаються механізми управління транснаціональними корпораціями, включаючи підтримку кількох часових поясів, мов, валют, систем бухгалтерського обліку і звітності.
- 4) Ці відмінності в меншій мірі зачіпають логіку і функціональність систем, і більшою мірою визначають їх інфраструктуру (Internet/intranet) і масштабованість – до кількох тисяч користувачів. Вимоги до гнучкості, надійності та продуктивності програмного забезпечення й обчислювальних платформ неухильно зростають.
- 5) Зростають вимоги до інтеграції систем ERP з додатками, що вже використовуються на підприємстві (наприклад, системами проектування, підготовки виробництва, обліку ходу виробництва і управління технологічними процесами, білінгу та розрахунку з клієнтами та ін), а також з новими розробками. Система ERP не може вирішити всіх завдань управління промисловим підприємством і часто сприймається як хребет, на основі якого виконується інтеграція з іншими додатками.
- 6) У нових системах ERP більше уваги приділяється засобам підтримки прийняття рішень і засобів інтеграції зі сховищами даних (іноді включаються в систему як новий модуль).
- 7) В системах ERP розроблені розвинені засоби налаштування (конфігурування) і адаптації, у тому числі застосовуються динамічно в процесі експлуатації систем.

На сьогоднішній день в Україні в основному використовуються ERP-системи. Основні споживачі – це великі українські компанії та холдинги. Для них ERP-системи зараз затребувані і ця потреба зростає. Частка компаній з іноземним капіталом не дуже значна в грошовому вираженні, але помітна в кількісному.

Доробка ERP під клієнта на стадії впровадження значно збільшує терміни і, саме головне, вартість – багато компаній можуть виявитися неготовими до таких інвестицій.

Основними замовниками ERP-систем зараз є компанії, діяльність яких пов'язана з роздрібною торгівлею, дистрибуцією, логістикою, виробництвом і фінансами. Впроваджуються ERP в FMCG, фармацевтиці, агросекторі та ПЕК. При цьому частка вітчизняних компаній, які починають проекти впровадження ERP в Україні скоротилася, частка іноземних навпаки, підвищилася. Основні ERP-системи, представлені на ринку України наведені в табл.1.

Таблиця 1 - Основні ERP-системи, представлені на ринку України

Рішення	Сфера застосування	Термін впровадження	Вартість впровадження
SAP R/3	Оборонні підприємства, компанії нафтогазового комплексу, металургія, енергетика, телекомунікації, банківський сектор.	1-5 років і більше	Ліцензія на 50 робочих місць коштує близько \$350 тис. Вартість впровадження може в кілька разів перевищувати вартість рішення.
Oracle Applications	Важка промисловість (переважно металургія), телекомунікаційні компанії, фінансовий сектор, хімічна промисловість.	1-5 років і більше	Вартість рішення на одне робоче місце становить близько \$5 тис. Повна вартість істотно залежить від необхідної функціональності і складності впровадження.

IFS Application	Підприємства машинобудівного комплексу, енергетика, харчова промисловість, фармацевтика, кабельна промисловість.	0,8-3 роки і більше	Повна вартість впровадження може досягати \$250 тис. і більше. Також істотно залежить від необхідної функціональності.
Baan ERP	Автомобілебудування, хімічна промисловість, фармацевтика, харчова промисловість.	6 міс-1,5 року і більше	Вартість одного робочого місця - \$3 тис. Співвідношення ціни рішення і витрат на впровадження 1:1-1:3.
iRenaissance	Харчова промисловість, хімічні компанії, металургійна промисловість нафтопереробні, целюлозно-паперові, фармацевтичні підприємства.	4 міс. – 1,3 роки і більше	Вартість впровадження в середньому \$200 тис.
MBS Axapta, Navision	Підприємства нафтової галузі, харчової промисловості, торгові компанії, металургія, дистрибуція, телекомунікаційна галузь.	6 міс. – 2 роки і більше	В середньому вартість рішення на одне робоче місце - \$3,5 тис. Вартість впровадження становить 100-250% вартості рішення.
iScala	Машинобудування, телекомунікаційна галузь, харчова промисловість.	3 міс. – 1,5 року і більше	Середня вартість iScala 2.1 становить \$2-5 тис. за одне робоче місце.
J.D.Edwards OneWorld	Гірничодобувна промисловість, будівельні організації, торгові компанії, нафтогазовий сектор.	7 міс. – 1,5 року і більше	Вартість робочого місця OneWorld варіюється від \$400 до \$4000.
SyteLine ERP	Виробники вимірювального та електрообладнання, деревообробка, поліграфія, машинобудування.	6 – 9 місяців і більше	Вартість ліцензії на одне робоче місце \$2-4 тис. Приблизно в стільки ж обійдеться впровадження.
1С Предприятие v8	Енергетика, телекомунікації, хімічна, харчова промисловість і ін	3-9 міс. і більше	Ліцензія на одне робоче місце \$150-600. Вартість впровадження на одне робоче місце \$200-1000
Галактика	Нафтогазова галузь, машинобудування, хімія, енергетика, металургія та ін.	4 міс. - 1,5 року і більше	Ліцензія \$350-1200 на одне робоче місце. Вартість впровадження становить 50-100% цієї суми.

Однак, незважаючи на перспективи розвитку ринку ERP-систем, безпосередні тенденції їх впровадження поки що повільні

Системи планування і управління, які впроваджені в Україні на деяких виробничих підприємствах подані у табл.2.

Таблиця 2 - Впровадження систем планування і управління на виробничих підприємствах України [7].

Логістична система	Підприємство, на якому впроваджена система	Переваги системи
MRP II	ТМ Goodbaby	Скоротилися запаси, що дозволило економно використовувати складські приміщення
ERP	ПАТ "Азовмаш"	Знизилася дебіторська заборгованість; оптимізовані запаси матеріалів; підвищилася оперативність прийнятих управлінських рішень

	ПАТ "Запоріжтрансформатор"	Консолідували інформацію про контакти, контрагентів та історію їхніх взаємин; значно легше отримувати великі зведені дані зі звітів і прийняття управлінських рішень
	ПАТ "Фармак"	Підвищився рівень автоматизації бізнесу компанії; максимізована формалізація, оптимізація і стандартизація великої кількості ключових бізнес-процесів
	LEONI Wiring Systems UA GMBH (Україна, м. Стрий)	Отримана можливість скоротити час співробітників на розрахунок заробітної плати, а також складання регламентованої та внутрішньої звітності

Висновки

Комплексні системи планування і управління пройшли досить суттєву еволюцію. Причиною цього є все нові потреби в управлінні компаній-замовників, продиктовані зміною ситуації на ринку, глобалізацією економікою, новими можливостями електронного бізнесу і т.д. Залежно від можливостей систем у різні періоди можна виділити три основні етапи їх еволюції – MRP, MRP II та ERP. Кожна нова система витісняла попередню через неспроможність останньої задовольняти все нові потреби бізнесу. Таким чином від управління лише матеріальними ресурсами, як це було в системі MRP, системи еволюціонували до всеохоплюючого управління всіма ресурсами підприємства в ERP.

На сьогоднішній день в Україні в основному використовуються ERP-системи. Основні споживачі – це великі українські компанії та холдинги. Для них ERP-системи зараз затребувані і ця потреба зростає.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Планування діяльності підприємства: Навчальний посібник. / [Шимко О.В., Рижигов В.С., Грибкова С.М., Шимко О.І., Шолохова А.Л.] – Краматорськ: ДДМА, 2006. – 286с.
2. Васильков В. Г. Організація виробництва : навч. посіб. / В. Г. Васильков. – К. : КНЕУ, 2003.– 524 с.
3. Международные стандарты планирования производственных процессов. MRP/ERP системы [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://studopedia.ru/2_120984_vibor-apparatno-programmnoy-platformi-kis.html
4. Алесинская Т.В. Основы логистики. Общие вопросы логистического управления Учебное пособие. / Алесинская Т.В. Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2005. - [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.aup.ru/books/m95/7_5.htm
5. Состав и характеристика стандартов MRP и MRPII [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://studopedia.ru/7_29976_sostav-i-harakteristika-standartov-MRP-i-MRPII.html
6. Осокіна А. В., Савенков В. А. Еволюція розвитку логістичних систем підприємства / Осокіна А. В. // Формування ринкової економіки. - 2012. - № 28. – С. 169 - 182
7. Компанієць Н.О. Використання логістичних систем в управлінні виробничим підприємством / Н.О. Компанієць // Управління розвитком. - 2013. - №13. - С. 153 - 156

Вячеслав Валерійович Кавецький – ст. викладач кафедри економіки підприємства та виробничого менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця;

Світлана Вікторівна Лавута – студентка групи МОв-15мс, факультет менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Vyacheslav Kavetskiy V. – senior lecturer of the Department of Economics of enterprise and production management, Vinnytsia national technical University, Vinnytsia;

Svetlana Lavuta V. – faculty of management, Vinnytsia national technical University, Vinnytsia.

ОСОБЛИВОСТІ ВИЗНАЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ В ГІРНИЧОДОБУВНІЙ ГАЛУЗІ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Встановлено, що для визначення економічної ефективності нового технічного рішення на стадії науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт найбільш перспективним є застосування розрахункового методу та методики порівняння. Наведено особливості методики розрахунку основних показників економічної ефективності від впровадження нового обладнання в гірничодобувній галузі.

Ключові слова: економічна ефективність, показник, якість, продуктивність, гірничодобувна галузь, вмонтований привод, нововведення.

Abstract

It is established that for the determination of economic efficiency of new technical solutions at the stage of research and development work is the most promising application of the calculation method and techniques of comparison. The peculiarities of the methodology of calculation of the main indicators of economic efficiency from introduction of new equipment in the mining industry.

Key words: economic efficiency, rate, quality, performance, mining, embedded drive, innovation.

Вступ

Підвищення економічної ефективності є основним завданням будь-якого сучасного підприємства за умов його діяльності в рамках ринкової економіки.

Управління ефективністю роботи підприємства залежить від можливості зміни техніко-економічних показників щодо випуску його продукції. Ефективність діяльності підприємства є досить складною категорією, яка складається із великої кількості елементів, що в свою чергу є важливими чинниками формування результатів його діяльності. Визначним чинником ефективності підприємства є попит на його продукцію. В свою чергу попит на продукцію підприємства залежить від двох основних складових – ціни та якості пропонованої продукції, що в комплексі визначають її конкурентоспроможність на ринку. В зв'язку з цим пріоритетним напрямком підвищення ефективності виробничого підприємства є поліпшення технічного рівня виробництва, що передбачає активне впровадження та застосування нової техніки і технологій. Застосування нової техніки на підприємствах обумовлене насамперед технічними характеристиками нововведень, які передбачають підвищену продуктивність виробництва, зниження трудомісткості виготовлення продукції, маловідходне або безвідходне виробництво, поліпшення якості продукції, підвищення рівня стандартизації і уніфікації та інших важливих показників [1, 2].

Особливо важливими є задачі, що стосуються зниження собівартості продукції, підвищення її якості, збільшення прибутковості підприємства, а також підвищення ефективності капітальних витрат. Вони постають на шляху України до євроінтеграції та в зв'язку із найближчими перспективами виходу на європейський ринок. Адже відомо, що усі товари, які імпортуються на митну територію Європейського Союзу, крім обов'язкової відповідності усім його вимогам, спрямованим на забезпечення захисту споживачів, повинні мати ще й привабливу цінову характеристику [3, 4].

Результати досліджень

Серед європейських країн Україна займає провідне місце у гірничодобувній галузі. Разом з тим Україна має розвинену машинобудівну промисловість, яка оснащує гірничі підприємства різноманітним сучасним обладнанням для ведення геологорозвідувальних робіт, будівництва шахт і

кар'єрів, машин для видобутку, транспортування, переробки і збагачення корисних копалин.

Зважаючи на широкий спектр продукції, пропонованої підприємствами гірничодобувної галузі, достатньо потужними резервами та великою кількістю кар'єрів, розташованих на території України, а також враховуючи тенденції підвищення ефективності діяльності підприємств України за рахунок покращення технічного рівня їх виробництва, актуальним завданням щодо подальшого розвитку галузі є розробка та економічно обґрунтоване впровадження нового обладнання [5].

Згідно класичного підходу до оцінки економічної ефективності будь-якої групи технічних нововведень, основним показником є економічний ефект, що характеризує абсолютну величину перевищення вартісної оцінки очікуваних (фактичних) результатів над сумарними витратами ресурсів за певний розрахунковий період. Залежно від завдань, що підлягають вирішенню, величину економічного ефекту потрібно обчислювати в одній із двох форм – народногосподарській (загальний ефект за умов використання нововведень) і внутрішньогосподарській (ефект, одержуваний окремо розробником, виробником і споживачем технічних новинок або нововведень). Враховуючи, що учасниками впровадження інноваційних технологій у виробництво є не лише саме підприємство, але й інвестори проекту та розробники інноваційного рішення, то на початковій стадії та стадії проектування більшість фахівців пропонують здійснювати такі види економічних розрахунків: оцінку порівняльної ефективності, оцінку комерційної ефективності, а також оцінку бюджетної ефективності.

Крім того, економічна ефективність впровадження того чи іншого нововведення може бути оцінена лише шляхом порівняння показників інноваційного та існуючого обладнання [5, 6].

Проблема полягає у тому, що в сучасних умовах соціально орієнтованої економіки стає необхідним застосування принципово нового підходу до визначення ефективності технічних новинок і нововведень. Його суть полягає у визнанні безумовної пріоритетності критеріїв соціальної ефективності й екологічної безпеки цих об'єктів щодо критерію економічної ефективності. Процедурний механізм порівнювання й вибору найліпшого з можливих варіантів здійснюється у певній послідовності: визначення пріоритетних напрямків розвитку інновації із врахуванням тенденцій соціального ефекту та екологічної безпеки, перевірка цих напрямків розвитку щодо відповідності положенням і засадам державної політики та міжнародним стандартам, визначення соціальних та економічних вигод нововведення за економічним критерієм.

Стосовно підприємств гірничодобувної галузі, продукцією яких є будівельні та дорожні матеріали, одним із основних чинників соціального ефекту згідно з вимогами ринку є зниження цінової характеристики продукції [7]. Це можливо лише за умови зниження її собівартості. Тому рекомендаціями щодо ефективності застосування нового обладнання в гірничодобувній галузі є зниження показників витрат на роботи, які пов'язані із добуванням або переробкою сировини, мінімального терміну окупності капітальних вкладень, покращення умов праці та безпеки працівників. Варто зазначити, що обладнання для гірничодобувної галузі характеризується досить високою вартістю проектування, виготовлення, тестування і, особливо, придбання та обслуговування. Тому розрахунки економічної ефективності щодо впровадження інноваційної розробки є надто важливими ще на етапах науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт. У зв'язку з цим основні показники прибутковості нового технічного рішення визначаються розрахунковим методом.

В основі методики розрахунку економічної ефективності впровадження нового обладнання в гірничодобувній галузі лежить порівняння техніко-економічних показників нового та існуючого обладнання. Розрахунок цих показників виконується із врахуванням однакових умов роботи, які є найбільш характерними для такого обладнання [8].

Також невід'ємною складовою об'єктивності отриманих результатів є оцінка економічної ефективності використання нового обладнання у конкретно визначених умовах технологічного циклу виробничого процесу, так як його використання за інших умов може бути малоефективним.

Економічна ефективність впровадження нового обладнання в умовах експлуатації має дві складові – прямий економічний ефект, який отримає підприємство безпосередньо від заміни базового обладнання, та побічний, що пов'язаний із вартісними показниками продукції. Аналіз технологічного циклу та умов використання існуючого базового обладнання на підприємствах гірничодобувної галузі дав змогу встановити, що прямим економічним ефектом від впровадження нового обладнання буде економія на капітальних та експлуатаційних витратах, а побічним – підвищення продуктивності роботи обладнання, зниження собівартості, а відтак, ціни реалізації продукції, витрат на додаткові допоміжні роботи та процеси обслуговування.

Враховуючи специфіку таких підприємств та особливості технологічного процесу, для розрахунку показників економічної ефективності на початкових етапах формується набір комплексу необхідних вихідних даних, що характеризують базовий та новий комплекси, а також умови їх експлуатації.

На основі встановлених вихідних даних визначаються інші розрахункові показники – обсяги продукції, що виробляється новим та базовим комплексами обладнання за одиницю календарного часу, величину капітальних витрат на придбання, транспортування, монтаж та витрати пов'язані із обслуговуванням обладнання під час його експлуатації [9-11].

Максимально можливі обсяги продукції визначаються на основі діючих норми виробітку і нормативів добового навантаження обладнання. Для розрахунків щодо базового обладнання приймається фактичний виробіток, а для нового – розрахункова величина виробітку із врахуванням підвищення продуктивності обладнання. Капітальні витрати визначаються із врахуванням ціни обладнання, вартості транспортних та монтажних робіт. У випадку спрощеного розрахунку доцільно приймати вартість транспортних витрат рівною 5 % від ціни обладнання, а монтажних – 10 %.

Експлуатаційні витрати розраховуються за весь корисний період роботи обладнання за рік та з розрахунку на одну тону готової продукції. На основі узагальнених розрахунків та аналізу роботи і обслуговування базового обладнання експлуатаційниками розраховані величини загальних експлуатаційних витрат.

Наступним етапом розрахунків є визначення основних показників в цілому по підприємству. До них належать – собівартість для підприємства отриманої однієї тони продукції, її вартість реалізації, величини валового прибутку. Ці розрахунки проводяться як для базового так і для нового обладнання.

Собівартість тони продукції за умов використання нового обладнання необхідно скорегувати в напрямку зниження за рахунок підвищення продуктивності його роботи і, як наслідок, збільшення обсягів готової продукції:

$$C_{\text{бн}} = C_{\text{бб}} \frac{ak+b}{100}, \text{ грн./т.}, \quad (1)$$

де $C_{\text{бб}}$ – фіксована собівартість продукції за використання базового комплексу обладнання, грн.; а – відсоток умовно-змінних витрат, %; b – відсоток умовно-постійних витрат, %; k – коефіцієнт зміни обсягів виробництва продукції за одиницю часу.

Таким чином, можна розрахувати, яким чином отримане зниження собівартості продукції, дасть змогу збільшити величину прибутку підприємства та підвищити обсяги продажів за рахунок зниження ціни (за сталих прибутків).

Вартість реалізації продукції (чистий дохід) визначається добутком обсягу продукції в тонах на ціну, що зафіксована на момент розрахунків. Обсяги реалізації для базового обладнання приймаються згідно річної звітності підприємства, а для нового розраховані як можливі обсяги реалізації із врахуванням підвищення продуктивності обладнання.

Завершальним етапом розрахунків економічної ефективності впровадження розробленого обладнання на підприємстві є визначення комерційної вигоди проекту. В якості основного показника, що здатен оцінити результуючу економічну ефективність використання нового обладнання, варто використати величину валового прибутку підприємства. Валовий прибуток підприємства розраховується як різниця між чистим доходом підприємства та собівартістю реалізованої продукції. Для базового обладнання розрахунок проводиться на основі даних річної звітності підприємства. Собівартість реалізованої продукції за умов використання нового комплексу визначається множенням можливих обсягів реалізації на собівартість однієї тони продукції [6].

Варто зазначити, що за умов проведення інтегральних розрахунків із врахуванням повного корисного терміну використання базового та нового обладнання, як результуючий критерій економічної ефективності можна було б використати показник величини чистого дисконтованого доходу. Проте, за відсутності даних про зміну характеристик якості і втрат, що пов'язані з експлуатацією обладнання за кожен наступний рік, використання цього показника призведе до необ'єктивності отриманих результатів.

В якості додаткового економічного показника розраховується індекс рентабельності виробництва продукції з використанням того чи іншого комплексу обладнання та терміни окупності вкладених коштів.

Індекс рентабельності є відносним показником і досить зручним під час вибору проекту. Індекс

рентабельності (прибутковості) розраховується як відношення теперішньої вартості прибутку за період інноваційного проекту до обсягів інвестицій у цей проект. Якщо показник індексу рентабельності (прибутковості) більший за одиницю, то чиста теперішня вартість інноваційного проекту позитивна.

$$IP_6 = \frac{W}{K}, \quad (2)$$

де W – грошовий потік, грн.:

$$W = \Pi_q + A \quad (3)$$

тут A – амортизаційні відрахування, грн. При розрахунках орієнтовно амортизаційні відрахування можна прийняти рівними 10% від повної собівартості реалізованої продукції; Π_q – чистий прибуток, грн.:

$$\Pi_q = \Pi_0 (1 + \alpha_n) \quad (4)$$

де Π_0 – оподаткований прибуток; α_n – ставка податку на прибуток.

Оподаткований прибуток розраховуємо наступним чином:

$$\Pi_0 = \left(\frac{Ц_{\text{дог}}}{1 + \alpha_{\text{ПДВ}}} - S_n \right) \cdot Q, \quad (5)$$

де K – капіталовкладення, грн. Наближено разові витрати можна прийняти рівними $(0,2 \div 0,5)Q_p$.

Критерієм, що визначає термін, який необхідний для того, щоб сума грошових потоків від впровадження нововведення дорівнювала сумі початкових витрат є термін окупності. За умов використання базового комплексу обладнання:

$$T = \frac{K}{\Pi_0}. \quad (6)$$

Даний показник роботи інвестицій є особливо важливим для інвесторів, які хочуть знати, коли відбудеться повне повернення вкладеного капіталу.

Висновки

Таким чином, економічна ефективність є основним критерієм під час прийняття рішення щодо проектування, розробки та впровадження нового обладнання. Особливо це стосується галузей народногосподарського значення, в яких обладнання та технологічні процеси вимагають досить суттєвих капіталовкладень. Актуальність розробки та введення в експлуатацію нового, сучасного, вискоєфективного обладнання в гірничодобувній галузі України пов'язана також із тим, що переважна більшість технологічних комплексів, які використовуються на більшості підприємств, є закордонного виробництва. Як наслідок, це призводить до великих затрат не лише щодо придбання цього обладнання, але й на транспортування, монтаж і, особливо, на роботи пов'язані із налаштуванням, обслуговуванням, ремонтом та іншими експлуатаційними заходами.

Крім того, встановлено, що найбільш ефективним методом визначення ефективності є розрахунковий метод із застосуванням методики порівняння техніко-економічних показників нового та існуючого обладнання.

Рекомендаціями до застосування нового обладнання для підприємств гірничодобувної галузі є поліпшення наступних показників – зниження витрат на роботи, що пов'язані із добуванням або переробкою сировини, мінімальні терміни окупності капітальних вкладень, покращення умов праці та безпеки працівників.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Боярко, І. М. Інвестиційний аналіз: навчальний посібник / І. М. Боярко, Л. Л. Гриценко. – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 400 с.
2. Гриньова, В. М. Інвестування: підручник / В. М. Гриньова, В. О. Коюда, Т. І. Лепейко, О. П. Коюда. – К.: Знання, 2012. – 458 с.
3. Дука, А. П. Теорія та практика інвестиційної діяльності. Інвестування: навчальний посібник / А.

П. Дука. – К.: Каравела, 2012. – 432 с.

4. Майорова, Т. В. Інвестиційна діяльність: підручник/ Т. В. Майорова. – К.: Центр учбової літератури, 2014. – 472 с.

5. Гайко Г.І. Історія гірництва: Підручник / Г.І. Гайко.– Київ-Алчевськ: Видавничий дім "Києво-Могилянська академія", видавництво "ЛАДО" ДонДТУ, 2013. - 542 с.

6. Поліщук Л.К., Адлер О.О. Аналіз економічної ефективності впровадження нового обладнання на кар'єрах відкритого видобування корисних копалин / Східноєвропейський журнал передових технологій // Технології машинобудування. – Том 5. - №1 (77). – 2015. – С. 5-11.

7. Адлер О.О., Тарасюк Н.М., Безсмертна О.В. Аналіз особливостей методики визначення економічної ефективності впровадження нового обладнання в гірничодобувній галузі / Соціально-економічні засади розвитку економіки України: кол. моногр. : в 2 ч. Ч. 2 / під ред. д.е.н., професора О.О. Непочатенко. – Умань : Видавець «Сочінський М. М.», 2016. – 216 с. – С. 112-117.

8. Ратушняк О. Г. Формування організаційно-економічного механізму підвищення інноваційної активності промислових підприємств [Текст] / О. Г. Ратушняк // Вісник КІБІТ. – 2015. – Вип. № 2(27). – С. 47-48.

9. Причепя І. В. Проблеми формування конкурентних переваг підприємства [Текст] / І. В. Причепя, К. О. Стелюк // Економічний простір. – 2013. – № 80. – С. 248–256.

10. Козловський В. О. Інноваційний менеджмент [Текст] : навчальний посібник / В. О. Козловський. – Вінниця : ВНТУ, 2007. – 210 с.

11. Козловський В. О. Управління інноваційним потенціалом промислових підприємств [Текст] : монографія / В. О. Козловський, А. В. Причепя. – Вінниця : ВНТУ, 2013. – 184 с.

12. Лесько О. Й. Інноваційні пріоритети сталого розвитку України за умов глобалізації [Текст] / О. Й. Лесько, І. В. Причепя // V-й Всеукраїнський з'їзд екологів з міжнародною участю : збірник наукових праць. – Вінниця : ТОВ «Нілан-ЛТД». – С. 269–270.

Адлер Оксана Олександрівна – к.т.н., доцент, доцент кафедри економіки промисловості і виробничого менеджменту Вінницького національного технічного університету, Oksana_adler1983@ukr/net.

Adler Oksana Aleksandrovna – candidate of technical Sciences, associate Professor of the Department of industrial Economics and production management Vinnytsia national technical University, Oksana_adler1983@ukr/net.

ШЛЯХИ ТРАНСФОРМАЦІЇ ПОДАТКОВОГО ЗАКОНОДАВСТВА ЩОДО ОПОДАТКУВАННЯ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Досліджено трансформацію механізму оподаткування прибутку підприємств та організацій та здійснено оцінювання впливу діючого порядку оподаткування прибутку на результати господарської діяльності суб'єктів господарювання.

Ключові слова: прямі податки, податок на прибуток, механізм оподаткування.

Abstract

We considered transformation of mechanism of taxation of profit of the enterprises and organizations and assessed the impact of the current taxation procedure of profits on the operating results of business entities.

Keywords: direct taxes, income tax, taxation mechanism.

Вступ

Підвищення ефективності функціонування економіки України, її стабільність та конкурентоспроможність потребує проведення системної реформи податкового законодавства, оскільки податки забезпечують державу фінансовими ресурсами, необхідними для виконання нею своїх функцій. Податкова система є універсальним інструментом державного регулювання економічних, соціальних, інтеграційних, інвестиційних процесів, і здатна врівноважувати інтереси держави та бізнесу, забезпечувати релевантний розподіл та перерозподіл валового національного продукту.

Нині національна система оподаткування перебуває на стадії чергового реформування, оскільки виявилась неспроможною щодо врахування трансформації економічних процесів, тенденцій у зміні форм господарювання, виникненні нових видів господарської діяльності тощо.

Питання формування та оптимізації системи оподаткування висвітлено у наукових дослідженнях П. М. Боровика [1], О.Т. Прокопчук [2], Л. Д. Тулуша [3] та інших вітчизняних науковців. Віддаючи належне цим напрацюванням зазначимо, що питання формування податкового механізму прибуткового оподаткування залишаються і досі неврегульованими на законодавчому рівні, що потребує продовження теоретичних досліджень у цьому напрямі.

Метою дослідження є визначення тенденцій трансформації податкового законодавства щодо оподаткування прибутку підприємств та оцінювання впливу законодавчих змін на ефективність діяльності суб'єктів господарювання.

Результати дослідження

Нині в Україні вектор податкового реформування спрямований на перехід від суто фіскальної до стимулюючої виробництво та ділову активність системи оподаткування підприємств. Складність цього процесу посилюється передусім тим, що реформування відбувається в умовах економічної кризи, що породжує дефіцит фінансових ресурсів, різке падіння інвестиційної активності, значний відсоток збиткових підприємств та високу соціальну напругу, пов'язану зі значним падінням рівня доходів та платоспроможності населення.

Податок на прибуток є найбільш складним і неоднозначним із всіх прямих податків, оскільки спрямований на вилучення частини чистого доходу суб'єктів господарювання. Існування прямо пропорційної залежності між розміром прибутку і сумами податку знижує мотивацію виробників щодо об'єктивності визначення бази оподаткування, викликає процеси ухилень від сплати, використання податкових «лазівок» при визначенні податкового зобов'язання [4].

Поряд із цим, з моменту прийняття Податкового Кодексу України, кожен рік відбувається зміна порядку нарахування, сплати та форми податкової декларації з податку на прибуток. Беззаперечно

зазначені процеси ускладнюють облік податку на прибуток, породжують виникнення великої кількості помилок при його нарахуванні та сплаті, а відповідно й нарахування штрафних санкцій, а неузгодженість законодавчих змін з існуючим порядком негативно впливає на процес ведення обліку на підприємствах.

Серед основних змін, що відбулись за останні п'ять років у механізмі нарахування та сплати податку на прибуток, варто виділити наступні:

1. Практично повністю змінено коло платників податку на прибуток-резидентів. Також, відповідно до законів № 909-VIII від 24.12.2015 р. [5] та № 652-VIII від 17.07.2015 р. [6] визначено умови, при дотриманні яких неприбуткові підприємства, установи та організації не є платниками податку на прибуток. Зазначені зміни уточнюють коло платників-резидентів, у яких виникають податкові зобов'язання щодо сплати означеного податку.

2. Починаючи з 2015 року кардинально змінено об'єкт оподаткування, яким нині є фінансовий результат до оподаткування, визначений у фінансовій звітності підприємства відповідно до національних положень (стандартів) бухгалтерського обліку або міжнародних стандартів фінансової звітності, відкоригований на податкові різниці. При цьому, податкові різниці враховуватимуть ті платники податку на прибуток, які мають дохід більше 20 млн грн. на рік. Решта платників визначатимуть прибуток без коригувань (крім від'ємного значення об'єкта оподаткування минулих податкових (звітних) років). Зазначена норма спрямована на максимальне зближення податкового і бухгалтерського обліку, що беззаперечно зменшить кількість помилок та непорозумінь при визначенні об'єкта оподаткування, час на адміністрування даного податку, а також сприятиме вирівнюванню реального податкового навантаження на бізнес.

3. Ставка податку на прибуток зменшилась з 23% до 18% (хоча планувалось з 2014 року знизити її до 16%). Скасовано ставку 5% для суб'єктів IT-індустрії. Без пільгової ставки залишилися суб'єкти пріоритетних галузей економіки. Проте для окремих видів діяльності, зокрема страхової та букмекерської, податок на прибуток доповнений податком на дохід. На нашу думку, зниження податкової ставки при розширенні бази оподаткування не є стимулюючим чинником, оскільки в результаті розмір нарахованого податку буде більшим.

4. Змінено базу розрахунку авансових внесків при виплаті дивідендів. Розрахунок проводиться не з усієї суми дивідендів, а із суми перевищення дивідендів, що підлягають виплаті, над значенням об'єкта оподаткування за відповідний податковий (звітний) рік, за результатами якого виплачуються дивіденди, грошове зобов'язання щодо якого погашене. З метою розрахунку суми перевищення дивідендів, що підлягають виплаті, над значенням об'єкта оподаткування за відповідний податковий рік, необхідне одночасне дотримання двох умов: подана декларація з податку на прибуток за такий рік та повністю погашені податкові зобов'язання, самостійно нараховані платником у такій декларації. В іншому випадку авансовий внесок з податку на прибуток нараховується на всю суму дивідендів.

5. Введені статті щодо врахування при визначенні фінансового результату податкових різниць, які виникають при нарахуванні амортизації необоротних активів, при формуванні резервів (забезпечень), при здійсненні фінансових операцій. Як вже зазначалось вище, коригування фінансового результату до оподаткування на податкові різниці в обов'язковому порядку мають робити платники, у яких річний дохід перевищує 20 млн грн. Ті ж платники, річний дохід яких не перевищує 20 млн грн мають право вибору щодо врахування податкових різниць при визначенні фінансового результату (про що робиться відповідна відмітка у податковій декларації). Таких платників за даними державної фіскальної служби України близько 95% [7].

6. Останні два роки переглядаються питання щодо розміру щомісячних авансових внесків з податку на прибуток та їх сплати. Так у 2015 році платники податку сплачували 1/12 нарахованої суми податку на прибуток за відповідні попередні роки, а починаючи із 1 січня 2016 року щомісячні авансові внески з податку на прибуток підприємств не сплачуються. Платники лише сплачують до 31 грудня 2016 року авансовий внесок у розмірі 2/9 податку на прибуток, нарахованого в податковій звітності за три квартали 2016 року.

7. За останні п'ять років бланк податкової декларації з податку на прибуток змінювався 4 рази (Накази ДПАУ № 114 від 28.02.11 р, № 1213 від 28.09.2011 р., Наказ Міндоходів і зборів № 872 від 30.12.13 р., Наказ Міністерства фінансів України від 20.10.15 р.). Також постійно змінювалась кількість додатків до цієї декларації. Так у останній редакції кількість додатків зменшена з 14 до 9, виключені додатки: «інші доходи», «інші витрати», «сумнівна заборгованість», «офшорне»,

«патенти», «страхування», додано додаток «податкові різниці», а у всі інші – внесено зміни. Зокрема дуже змінився порядок заповнення додатка «авансові внески при виплаті дивідендів» і додатка «зменшення податку на прибуток», що пов'язано зі змінами відносно сплати авансового внеску при виплаті дивідендів (див. п. 4), і порядку зменшення податку на прибуток на суму щомісячних авансових внесків, податку на нерухомість, авансових внесків податку на прибуток при виплаті дивідендів. Дивідендні аванси, як і раніше, зараховуються у зменшення податку на прибуток, але у випадку, якщо розмір авансів більше, ніж податок на прибуток, то перенести їх частину на наступний рік не можна.

8. Відбулися зміни у порядку подання податкової декларації. Відповідно до запровадженого ранжування платників податків, серед яких можна виділити чотири основні групи (новостворені платники податку; виробники сільськогосподарської продукції; платники податку, у яких річний дохід (за вирахуванням непрямих податків), визначений за показниками Звіту про фінансові результати (Звіту про сукупний дохід), за попередній річний звітний (податковий) період, не перевищує 20 мільйонів гривень та платники, річний дохід яких перевищує 20 млн грн.) податкові періоди нині є різними: для перших трьох груп встановлено річний податковий (звітний) період, а для останньої – податковими (звітними) періодами для податку на прибуток вважаються календарні: квартал, півріччя, три квартали, рік, а декларація заповнюється наростаючим підсумком.

9. Починаючи з 2015 року фінансовий результат до оподаткування зменшується на суму нарахованих доходів від участі в капіталі інших платників податку на прибуток підприємств, платників єдиного податку четвертої групи та на суму нарахованих доходів у вигляді дивідендів, що підлягають виплаті на його користь від інших платників податків, які сплачують авансові внески з податку на прибуток при виплаті дивідендів [8].

Це лише основні зміни, що відбулись протягом останніх років у механізмі оподаткування прибутку підприємств. Вони беззаперечно є правильними і логічними, проте залишається ще значна кількість питань, які потребують подальшого вирішення. Це зокрема питання обліку резерву сумнівних боргів, списання безнадійної дебіторської заборгованості, коригування фінансового результату до оподаткування на різниці по штрафам, пені, неустойках, на різниці по операціях з продажу та іншого відчуження корпоративних прав, виражених в іншій, ніж цінні папери, формі і т.д.

Висновки

Податок на прибуток є одним з вагомих фіскальних важелів регулювання економічних процесів: нагромадження капіталу, інвестицій, підприємницької активності, сукупного споживання тощо. Запровадження та зміна, майже щороку, правил оподаткування податком на прибуток, не дає можливості суб'єктам господарювання детально вивчити та правильно застосовувати у своїй діяльності норми податкового законодавства. Незважаючи на зближення бухгалтерського та податкового обліку, його ведення все ще залишається громіздким і витратним.

У цілому, підтримуючи нову концепцію оподаткування прибутку підприємств, вважаємо, що діючий податковий механізм містить ряд проблемних питань, розв'язання яких потребує створення більш чіткої методологічної бази, що забезпечить високу результативність прийнятих у Податковому кодексі змін. Якісне вдосконалення порядку оподаткування прибутку підприємств сприятиме зменшенню витрат часу і коштів суб'єктів підприємницької діяльності на ведення податкового обліку та сплату податків, а також спрощенню адміністративних процедур підготовки звітності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Боровик П.М. Недоліки оновленого механізму справляння податку на прибуток підприємств [Текст] / П. М. Боровик, Б.С. Гузар // Молодий вчений. – 2015. – № 3 (18), Ч. I. – С. 35–39.
2. Прокопчук О. Т. Особенности влияния налоговой системы на конкурентоспособность украинской экономики [Текст] / О.Т. Прокопчук // Известия МГТУ «МАМИ». – 2015. – Т. 5. – №4(26). – С. 54–57.
3. Тулуш Л. Д. Реформування механізму прямого оподаткування сільськогосподарських підприємств [Текст] /Л.Д. Тулуш // Економіка АПК. – 2014. – № 10. – С. 34–45.
4. Тулуш Л. Д. Визначальні чинники формування податкового механізму в аграрному секторі економіки [Текст] // Л.Д. Тулуш, Н.М. Малініна // Матеріали восьмої Міжнародної науково-

практичної інтернет-конференції [“Сучасність. Наука. Час. Взаємодія та взаємовплив”], (23–25 листопада 2011 р.). – К. : ТОВ “ТК Меганом”, 2011. – Ч.2. – С. 32–34.

5. Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких законодавчих актів України щодо забезпечення збалансованості бюджетних надходжень у 2016 році: Закон від 24.12.2015 р. №909-VIII [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/909-19>

6. Про внесення змін до Податкового кодексу України щодо оподаткування неприбуткових організацій: Закон від 17.07.2015р. № 652-VIII [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/652-19/para2#n2>

7. Податкова реформа 2015 основні зміни [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://vkurse.ua/ua/business/nalogovaya-reforma-2015-osnovnye-izmeneniya.html>

8. Податковий кодекс України від 02.12.2010 р. № 2755-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>

Наталія Миколаївна Малініна – кандидат економічних наук, доцент кафедри економіки підприємства і виробничого менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м.°Вінниця, e-mail: malininann@gmail.com

Malinina Nataliia M. – PhD in Economics, Associate Professor of Department of Economics of Enterprise and Production Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: malininann@gmail.com

ПСИХОЛОГІЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ: СУТНІСТЬ, ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

В доповіді висвітлено дослідження сутності психологічного менеджменту, основні етапи його формування та особливості застосування основних його принципів на підприємстві.

Ключові слова: менеджмент, психологія, мотивація, персонал, методи, особливості застосування, сутність.

Abstract

In the report presented the essence psychological research management, the main stages of its formation and features of its basic principles in the company.

Keywords: management, psychology, motivation, personnel, methods, features application, entity.

Вступ

Психологічні методи відіграють дуже важливу роль в роботі з персоналом, оскільки направлені на конкретну особу робочого або службовця і, як правило, строго персоніфіковані і індивідуальні [1-4]. Головною їх особливістю є звернення до внутрішнього світу людини, його особі, інтелекту, відчуттям, образам і поведінці з тим, щоб направити внутрішній потенціал людини на вирішення конкретних завдань підприємства.

Психологічне планування складає новий напрям в роботі з персоналом по формуванню ефективного психологічного стану колективу підприємств [5]. Воно виходить з необхідності концепції усе-стороннього розвитку особи людини, усунення негативних тенденцій деградації відсталі частини трудового колективу. Для того щоб менеджер міг управляти людьми, йому необхідно вміти знайти підхід не тільки до певних соціальних груп у колективі і до колективу в цілому, а й до окремих людей у підпорядкованому колективі [6,7]. Індивідуальний підхід до людей ефективний тоді, коли менеджер ознайомлений з основами психології людини і управління, знає власні психологічні особливості та володіє відповідними психологічними методами впливу на людей [8-10].

Метою доповіді є дослідження сутності та розкриття особливостей використання методів психологічного менеджменту на підприємстві.

Результати дослідження

Менеджмент як наука сформувався і розвивався впродовж багатьох десятиліть в країнах Західної Європи [9]. Широке залучення його надбань у практику сприяло ефективній діяльності економічних суб'єктів, удосконаленню механізмів управління ними, пошуку дієвих методів господарювання і забезпечило провідну роль цих країн у світовому господарстві [11].

Виходячи з того, що метою психології менеджменту є розробка шляхів підвищення ефективності і якості життєдіяльності організаційних систем, його сутність можна визначити як дослідження і розробку новітніх методик управління персоналом, які ґрунтуються на специфічних психологічних аспектах діяльності людини, групи і організації в цілому.

Необхідно зазначити, що у психології менеджменту часто вживається поняття «людський фактор» [9], чия важливість визначається тим, що зростає роль людини та її можливостей в процесі управління різними об'єктами. Чим складніше управління, тим більше зростають вимоги до інтелектуальних функцій людини та інших психічних процесів, починаючи від сприйняття й уваги і закінчуючи відповідальністю за людські життя.

Діяльність сучасного менеджера безпосередньо залежить від умілого використання людського фактора. Менеджер повинен володіти певними управлінськими здібностями [12], щоб потрібним чином впливати на людей, які йому підпорядковані, а також на тих, хто йому не підкоряється, але від яких залежить робота всієї організації, якою він керує. Проблема регулювання діяльності і поведінки людей з врахуванням їх психологічних особливостей займалися Рене Декарт, Френсіс Бекон, Давид Юм, а також діячі пізнішого періоду – Джон Стюарт Мілль, Герберт Спенсер та інші [6,9], але

це ще не були чіткі наукові концепції, їх методи наукового пізнання обмежувалися переважно систематизацією найбільш характерних соціально-психологічних проявів в процесі діяльності і поведінки людини.

Засновниками соціальної психології, багато методів якої покладено в основу сучасного психологічного менеджменту, вважаються французькі соціологи Габріель Тард [13], Густав Лебон та американський психолог Уільям Мак-Даугол. Інший напрямок пояснення соціально-психологічних проявів в управлінні поведінкою і діяльністю людей представлений австрійським психіатром і психологом Зігмундом Фрейдом і отримав назву «фрейдизм» [6,14]. Сучасною модифікацією фрейдизму став "неофрейдизм". Він об'єднав в собі такі наукові системи, як "аналітична психологія" К.Г. Юнга, теорії "компенсації" і "зверхкомпенсації" А.Адлера, природного хвилювання К.Хорні, "негативної свободи" Е.Фромма, стану фрустрації Долларда і Міллера, "Я-системи" С.Саллівана та інші [6,9].

На формування соціально-психологічних підходів до регулювання поведінки особистості вплинули також вчення про походження і структуру потреб людини Мюррея і Маслоу, когнітивної рівноваги Хайдера, психічних особливостей процесу навчання Г.Спенсера, теорія особистості як відкритої системи Г.Олпорта [8,9], лінія психічної активності І.П. Павлова, колективної рефлексології В.М. Бехтерева та інші [7,10]. Досвід показує, що психологічні методи регулювання поведінки людини більш ефективні в тому разі, якщо вони відтворюють складну рівневу структуру психіки, враховують її біологічну і соціальну природу.

Центральне місце в системі управління належить людині. Сьогодні уже практично не ведуться дискусії про роль і місце людського фактора в менеджменті. Загальновизнаним є той факт, що складний техніко-економічний механізм може ефективно функціонувати лише за умов ефективного функціонування механізму соціально-психологічного.

В процесі виробництва мало місце економічне стимулювання продуктивності праці при ігноруванні соціально-психологічних факторів, на яких ґрунтується психологічний менеджмент (принципи ефективного управління Харрінгтона Емерсона, теорія "ідеальної бюрократії" Макса Вебера [9]), але обмеженість таких підходів стала згодом очевидною завдяки дослідженням інших науковців. Так, французький теоретик управління Анрі Файоль [6,9] виявив, що кожна зміна занять позитивно відбивається на продуктивності праці, час від часу потрібно змінювати завдання, тому що одноманітна робота психічно втомлює працівника. Він радив активізувати людей, даючи їм можливість обдумувати виконання власних завдань, що являло собою психологічний підхід до управління персоналом.

Щоб ближче познайомитися із змістом нових методів "людських відносин", можна звернутися до праці Роберта Селтонстелла [5,9], особливо тієї частини, яка розкриває філософію управління. Автор підкреслює, що на відміну від попередніх теорій про людину як про середнього індивідуума, одного з маси, людину без власного обличчя, в даний час, навпаки, наголошується на необхідності розуміти індивідуальність кожної особистості, спрямовувати діяльність на досягнення цілей, постановка яких розуміється по-філософськи, як виявлення і вирішення основних питань змісту життя. З таких позицій людина в психологічному менеджменті розглядається уже не просто як носій певної соціальної ролі, але й як резерв її найповнішого забезпечення, тобто підвищення ефективності організації за рахунок ефективності її людських ресурсів.

Висновки

Проведений огляд свідчить, що психологічні методи управління персоналом є найбільш складними за своїм змістом. Вони засновані на глибокому пізнанні психологічної природи людини, структури його потреб та виникнення мотивів. Закони поведінки людини приховані від безпосереднього спостереження, саме тому сучасний керівник не може не використовувати в своїй роботі основні методи психологічного менеджменту, які дозволяють дослідити соціально-психологічну регуляцію діяльності людей чи організаційних систем, і являють собою надзвичайно складний і багатоаспектний процес. Висока динамічність елементів зовнішнього середовища викликає потребу у використанні нових технологій організації управлінських процесів. Безумовно, що розвиток і вдосконалення соціально-психологічних методів в системі психологічного менеджменту, створення соціальних, психологічних і інформаційних технологій і конструкцій, які б найповніше реалізовували соціально-психологічний потенціал як індивідуальної так і організаційної дії, сприятиме успішному вирішенню завдань ефективного регулювання процесів суспільного відтворення у всіх сферах матеріального і духовного виробництва.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Мороз О. В. Регулювання міжособової взаємодії в колективах / О. В. Мороз, Л. О. Нікіфорова // Економічний простір : Збірник наукових праць. – Дніпропетровськ : ПДАБА, 2008. – № 2. – С. 164–172.
2. Нікіфорова Л. О. Дослідження індивідуальних та групових факторів мотивації / Л. О. Нікіфорова // Матеріали міжнародної науково-практичної конференції "Проблеми і перспективи інноваційного розвитку економіки України" (24-26 травня 2007 р.) – Дніпропетровськ, НГУ – 2007. – С.200 - 201.
3. Нікіфорова Л. О. Проблеми застосування індивідуального підходу при нематеріальній мотивації праці / Л. О. Нікіфорова, О.О. Кушак // Збірник матеріалів III Міжнародної науково-практичної конференції «Актуальные научные достижения – 2010» (27 червня – 5 липня 2010 року) – м. Прага, Чехія: – 2010 – С. 43 - 46.
4. Ожиганова М. І. Управління персоналом / М. І. Ожиганова, В. О. Хорошко, Ю. Є. Яремчук, В. В. Карпінєць. – Вінниця : ВНТУ. – 188 с.
5. Мороз О. В. Роль соціально-психологічних методів в системі сучасної мотивації праці / О. В. Мороз, Л. О. Нікіфорова // Матеріали I міжнародної науково-практичної конференції "Інноваційно-інвестиційна модель розвитку національної економіки" (26 лютого 2008 р.) – Донецьк – 2008. – С.115 - 119.
6. Мороз О. В. Соціально-психологічні чинники мотивування працівників приладобудівних підприємств / О. В. Мороз, Л. О. Нікіфорова, А. А. Шиян. – Вінниця : ВНТУ, 2011. – 252 с.
7. Коломінський Н. Л. Психологія менеджменту (соціально-психологічний аспект) : монографія / Коломінський Н. Л. – К. : МАУП, 2010. – 286 с.
8. Орбан-Лембрик Л. Е. Психологія управління / Л. Е. Орбан-Лембрик. – К.: «Академвидав», 2010. – 544 с.
9. Шелдрейк Д. Теория менеджмента от тейлоризма до японизации Пер. з анг. / Д. Шелдрейк. – С.-П. : Питер, 2001. – 352 с.
10. Прищак М.Д. Психологія управління в організації / М.Д. Прищак, О.Й. Лесько. [електронний посібник] – Вінниця : ВНТУ, режим доступу: http://posibnyku.vntu.edu.ua/ps_v_org/index.html
11. Шиян А. А. Управління формуванням ефективних економічних інститутів для України : монографія / А. А. Шиян, Л. О. Нікіфорова. – Вінниця : ВНТУ, 2011. – 300 с.
12. Чжэн В. Метод непрямої ідентифікації керівника як лідера з використанням соціально-психологічних технологій / В. Чжэн, Л. А. Нікіфорова // Актуальні проблеми економіки. – Київ, 2014. – № 7 (157). – С. 397-405.
13. Фрейд З. Психологія мас и анализ человеческого "Я". Пер. з нем. / З. Фрейд – М.: Інститут психології РАН, 2001. – 320с
14. Социальная логика. Пер. с фр. / Г. Тард – С.-П.: Социально-психологический центр, 2010. – 548 с.

Медвецька Катерина Сергіївна – студентка гр. МОв-12б кафедри економіки підприємства та виробничого менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця;

Kateryna S. Medvetska – student gr. MOm-12b of Department of Economics of enterprise and production management, Vinnytsia national technical University, Vinnytsia.

Науковий керівник:

Нікіфорова Лілія Олександрівна – к.е.н., доцент кафедри економіки підприємства та виробничого менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця;

Liliya O. Nikiforova – PhD of economy, Associate Professor of the Department of Economics of enterprise and production management, Vinnytsia national technical University, Vinnytsia.

ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ БІРЖОВОЇ ТОРГІВЛІ СІЛЬГОСППРОДУКЦІЄЮ

Вінницький національний технічний університет

Анотація. Проведено аналітичні дослідження рівня відповідності аграрного ринку України умовам розвитку ф'ючерсної торгівлі, його законодавчо-правового забезпечення. Наведено обґрунтовані висновки щодо можливості скорішого впровадження ф'ючерсного ринку як ефективного механізму прозорого ціноутворення на ринку зернових та зниження цінових ризиків.

Ключові слова: біржовий ринок зернових; ф'ючерсні і опціонні контракти; похідні інструменти; деривативи; прозоре ціноутворення; цінові ризики.

Abstract. The analysis of the level of compliance of the agrarian market of Ukraine conditions of development of the futures trade, regulatory and legal support. Given reasonable conclusions regarding the possibility of the early introduction of a futures market as an effective transparent mechanism of pricing on the grain market and reduce price risk.

Keywords: stock market grain futures and options contracts; derivative instruments; derivatives; transparent pricing; price risk.

Чиказька торгова палата, Паризька міжнародна ф'ючерсна біржа, Зернова біржа Буенос-Айреса - з цими назвами нерозривно асоціюється сучасний цивілізований ринок сільгосппродукції. Ключовою ланкою, сполучною поняття біржа і цивілізований ринок, по суті є ф'ючерсні і опціонні контракти. Торгівля цими похідними інструментами проводиться на всіх без винятків провідних світових біржах, що, безумовно, свідчить про їх ефективність.

Динамічний розвиток сільськогосподарських секторів економіки таких світових гігантів, як США та ЄС, можна також пов'язати з розвиненою структурою ф'ючерсних торгів. Виходить, що у вигаши від проведення операцій з цими похідними залишаються усі суб'єкти сільськогосподарського ринку, включаючи виробників, переробників, трейдерів, що в сукупності впливає на їх стійке положення в світовій торгівлі сільгосппродукцією.

Не секрет, що економіка України залежить тільки від однієї галузі. Нашій країні пощастило на унікальні природно-кліматичні ресурси і геополітичне положення, що сприяють розвитку аграрного сектору. Сучасне вітчизняне сільське господарство - це аграрний бізнес сучасними технологіями, які на сьогодні значно вищі ніж, наприклад, у металургії чи в вугільній галузі. Створення великих холдингів за рахунок іноземних інвестицій дозволило галузь сільського господарства вивести на перше місце у економіці України - 20-23% ВВП, 13,6 млрд. валютних надходжень минулого року (у металургії було 17,2 млрд.). У Західній Європі ВВП аграрного виробництва в середньому складає від 1,5 до 3 відсотків і його роль полягає в забезпеченні продуктами харчування і забезпеченні продовольчої безпеки. Всі інші галузі промисловості можуть працювати на те, щоб підтримати аграрне виробництво з метою, щоб не було надмірної інфляції, збільшення вартості продуктів харчування, щоб їх було достатньо і потрібної якості [1].

У нас протилежна ситуація, при якій не промисловість підтримує аграрне виробництво, а навпаки – аграрне виробництво тягне за собою інші галузі економіки. Україна на даному етапі залишається сировинною державою [1].

Метою статті є розкриття проблемних аспектів біржової торгівлі сільгосппродукцією в Україні та обґрунтування перспектив її розвитку.

Вивченням даної проблематики займається велика кількість зарубіжних та вітчизняних вчених і спеціалістів-практиків, серед них: А.Буренін, Дж.Блек, М.Даніель, О.Дегтярьова, Р.МакДональд, М.Солодкий, О.Шпичак, О.Сохацька, В.Яворська, Г.Немченко, В.Скоцик, С.Гладкий та ін.

Як показують дослідження, реалізація сільгосппродукції через біржовий ринок в Україні становить менше 1% від загальної кількості угод, тоді як, приміром, у США цей показник перевищує 90%. У всьому світі біржова торгівля є запорукою прозорого та цивілізованого ринку. Торгівля

сільгосппродукцією через біржі не тільки забезпечує вільний рух товарів і послуг, але і сприяє обмеження монополізації та цінової дискримінації при здійсненні угод. Однак відсутність прозорих і ефективних механізмів ціноутворення на вітчизняному біржовому аграрному ринку стає серйозним бар'єром для організації конкурентної торгівлі та цінової стабілізації ринку. На думку експертів, недостатньо висока ефективність біржової торгівлі в Україні на сучасному етапі обумовлена, насамперед, незацікавленістю самих сільськогосподарських виробників у реалізації продукції таким шляхом і відсутністю ефективного державного контролю, а також недосконалістю нормативно-правового забезпечення діяльності бірж.

Важливим чинником щодо ф'ючерсної торгівлі в Україні є те, що на прозорому ринку щорічно будуть активи підприємств у формі зобов'язань з виробництва і постачання сільгосппродукції. Якщо через прозорий організований ринок буде продаватися не менше трьох четвертих всього виробленого зерна та насіння соняшнику, то з гарантованим строкових біржових інструментів (форвардами, ф'ючерсами, опціонами) пройдётиме до 26 млн. тонн зерна на суму приблизно 9 млрд. грн. А це гарантовані надходження до бюджету, значне спрощення механізмів кредитування тощо [2].

Другим важливим фактором на користь ф'ючерсної торгівлі є те, що в Україні формується інтегрований ринок такої важливої продукції, як пшениця, ячмінь, кукурудза, насіння соняшнику. На сформованому інтегрованому ринку України буде забезпечено автоматичну корельованість з цінами на світових ринках сільгосппродукції, тобто Україна буде мати найбільш вигідну ціну на свою стратегічну сільгосппродукцію [3].

Третім важливим фактором на користь ф'ючерсної торгівлі є формування прозорого ринку і насичення його біржовими інструментами (ф'ючерсами, форвардами, опціонами), які забезпечать:

- гарантовані замовлення по продажу для виробників і трейдерів;
- гарантовані замовлення по закупівлі для переробників і трейдерів;
- прогнози ціни на сільгосппродукцію на термін до півроку;
- зниження ризику від ринкових коливань цін;
- гарантії при виконанні біржових контрактів;
- механізми гарантованого повернення кредитів виробникам сільгосппродукції;
- вихід на світові біржові ринки сільгосппродукції строкових контрактів з українськими специфікаціями товарів.

Четвертим і, напевно, найважливішим фактором на користь ф'ючерсної торгівлі є те, що у всіх виробничих регіонах працюють 11 товарних бірж, об'єднаних у Національну асоціацію бірж України (НАБУ), які забезпечують 95% біржового обороту сільгосппродукції в Україні [2]. На цих біржах торгівля сільгосппродукцією у цілому проходить на умовах спот, але ці біржі мають певну інфраструктуру, кваліфікованих працівників, членів бірж і брокерів з числа виробників, переробників і трейдерів. Біржі мають об'єднаний інформаційний центр НАБУ. Просування біржових ф'ючерсних майданчиків до учасників ринку сільгосппродукції, використання інфраструктури діючих товарних бірж - це запорука успіху становлення ф'ючерсного ринку в Україні.

Чинники, які стримують впровадження ф'ючерсної торгівлі в Україні:

- в Україні в майбутньому потрібно буде відмовитися від регулювання цін на сільгосппродукцію шляхом проведення інтервенцій через біржі або звести застосування таких коштів до мінімуму. Це положення повинно бути внесено у відповідний законодавчий акт;
- має місце втручання держави та місцевих адміністрацій в торгівлю сільгосппродукцією. Потрібно, щоб на строк впровадження ф'ючерсної торгівлі доступ адміністрацій до торгівлі біржовими товарами був припинений, і це необхідно затвердити в постанові Кабінету Міністрів України;
- торгові витрати на ринку зерна (транспортування, складування, завантаження, оформлення необхідних документів) на даний момент дуже високі. У процесі впровадження ф'ючерсної торгівлі ці витрати потрібно також мінімізувати відповідними діями з боку держави;
- система стандартизації якості сільгосппродукції зараз не відповідає стандартам світового ринку. Україні потрібен негайний перехід на світові стандарти якості сільгосппродукції;
- в Україні відсутнє відпрацьоване законодавство з ф'ючерсної біржової торгівлі [4].

На початковому етапі роботи ф'ючерсного ринку можна очікувати, що головними учасниками будуть виробники сільгосппродукції, які для повернення кредитів виставляють на продаж на біржовому майданчику форвардні або ф'ючерсні контракти. Це стосується також і переробних підприємств. Ці учасники торгів через своїх представників-брокерів, які будуть вирішувати питання

продажу та купівлі сільгосппродукції через гарантовані біржові контракти за прогнозованими цінами. Трейдери, які через своїх представників-брокерів будуть формувати обсяги сільгосппродукції на експорт, а також здійснювати хеджування. Елеватори, які через своїх представників-брокерів будуть продавати свої обсяги зерна. Професійні брокерські контори, які на замовлення своїх клієнтів-хеджерів і спекулянтів будуть здійснювати операції на ф'ючерсному ринку.

Таким чином, головним для початку функціонування ф'ючерсного ринку буде максимальне залучення на біржовий майданчик великих обсягів зерна, тобто ф'ючерсні майданчики повинні бути максимально близькими до виробників, а це означає, що роль регіональних товарних бірж-учасників ф'ючерсного ринку буде дуже велика, якщо не головна [5].

Міжнародна асоціація свопів і дилерів (International Swaps and Derivatives Association) констатує, що в останні роки більше як 90% з 500 найбільших компаній світу використовують похідні інструменти/ деривативи (біржові, небіржові) для ефективного управління та хеджування своїх ризиків. На світовому біржовому ринку переважає торгівля ф'ючерсами і опціонами (більше 70%). Ф'ючерси, відповідно, на 95% застосовуються у стратегії хеджування. Аналіз світового обігу біржових інструментів на 84% найбільших біржах вказує про збереження тенденцій домінування ф'ючерсів.[6] Структура системи ф'ючерсної торгівлі в Україні обумовлює включення на першому етапі регіональних біржових ф'ючерсних майданчиків, тому доцільною є організація біржових торгів на основі електронної торгової платформи. Це дасть можливість за єдиними правилами одночасно проводити біржові торги на декількох біржових майданчиках за участю брокерів, які перебувають на біржових майданчиках або за віддаленими біржовими терміналами.

Система ф'ючерсних біржових торгів повинна мати розрахунково-клірингову підсистему, яка забезпечить взаємодію з учасниками біржових торгів на всіх майданчиках одночасно, а також інтегрованість кожної операції. Кліринговий банк, який бажано вибрати за конкурсом, повинен мати свої підрозділи в тих містах, де розташовані електронні ф'ючерсні майданчики, або мати банки-посередники. Можливе створення консорціуму українських та іноземних банків, який буде гарантом прозорості біржового клірингу[3 – 8].

Міністр аграрної політики і продовольства наразі заявив про те, що Чиказька товарна біржа Chicago Mercantile Exchange (CME) створить ф'ючерсну біржу в Україні. Таке принципове питання вже ставилося ще у 2002 році: чи використовувати послуги діючих ф'ючерсних бірж Західної Європи, створюючи українську систему ф'ючерсної торгівлі? Німецькі експерти при уряді України розглядали це питання з точки зору вже сформованого ф'ючерсного ринку Західної Європи, де однією з головних функцій біржового ринку є хеджування (обмеження) ризику учасників біржової торгівлі від коливання цін. Попередня спроба запровадження кілька років тому торгівлі ф'ючерсними контрактами на Чорноморську пшеницю на CME завершилася невдало. Тож є приклади, коли спроби українських трейдерів захеджувати свої операції по сільгосппродукції на світових біржах закінчилися великими збитками через штучний дефолт з боку інших учасників біржової торгівлі.

Дотримання правил і принципів відкритих і прозорих аукціонів та торгів дозволяє виявити справедливі ціни, а також врахувати інтереси всіх учасників процесу.

Наявність конструктивного діалогу безпосередньо з учасниками процесу сприятиме можливості створення актуальної працеспроможної моделі функціонування біржового ринку сільськогосподарською продукцією.

Прозорі ринки ф'ючерсів могли б стати базовим активом для товарного індексу, що дасть суттєві плюси: деривативи вивільняють вартість; покупці і продавці отримують постійні сигнали про ціну; з'являється можливість управляти ціновим ризиком за допомогою хеджування; спрощується процес ухвалення рішень виробником [3 – 8].

Результат: вище обсяг виробництва та краща якість; більше вкладень в інфраструктуру та впровадження біотехнологій; збільшуються резерви твердої валюти; інтеграція каналу постачання: виробник більше впливає на ціну; Україна стає більш помітною у світі.

Для цього потрібні законодавчі і регуляторні зміни: новий нормативно-правовий режим деривативів, який відповідає найкращій міжнародній практиці, сприяє розробці валютно-процентних свопів та інших продуктів, і встановлює режим клірингу і розрахунків, який відповідає вимогам ЄС до центрального контрагента.

В кінці 2014 року Мінекономрозвитку підготовлено проекти Законів України «Про товарний біржовий ринок» та «Про похідні фінансові інструменти (деривативи)». Однак проекти було

повернено на доопрацювання і невідомо коли ці закони будуть прийняті і вступлять в силу. Прийняття цих законів особливо позитивно відбилосся б на розвитку українського аграрного ринку.

Висновки. Вочевидь, корінь проблем сільгоспвиробника – це ризики реалізації і ризики недоотримання доходів від коливання цін. Міжнародний досвід свідчить, що одним із найефективніших механізмів детінізації та демонополізації аграрного ринку, прозорого ринкового ціноутворення є використання біржових інструментів, які сприяють формуванню конкурентних справедливих цін, стримують їх надмірну волатильність, а отже, знижують цінові ризики. Біржовий ринок стає місцем їх «переробки»: тут ціна встановлюється і переноситься із тих, хто не може нести цінові ризики на тих, хто може використати їх з метою отримання прибутку; нівелюється небезпека цінових коливань; забезпечується отримання очікуваних цін і торгівельних вигод. В арсеналі біржового ризик-менеджменту є широкий спектр інструментів, узятих на озброєння світовою практикою. Найбільш цінними є ті, які можна використати для хеджування – процесу усунення цінових ризиків шляхом різних стратегій їх прийняття, структуруванням з метою визначення того, яку частину ризику можливо усунути самостійно, а яку варто передати іншим. Проте, щоб застосування біржових інструментів управління ціновими ризиками ефективно використовувалися вітчизняними суб'єктами господарювання, потрібно розробляти детальні механізми їх обігу, зокрема, ф'ючерсів та форвардів. Власне ці напрямки подальших досліджень розглядаються нами як найперспективніші [4, 5].

Аналізуючи рівень відповідності аграрного ринку України умовам розвитку ф'ючерсної торгівлі, його законодавчо-правового забезпечення дає підстави стверджувати, що перш ніж запроваджувати торгівлю ф'ючерсними контрактами необхідно оновити діючі та розробити нові закони, що регулювали б розвиток ринку, створити ефективну клірингову систему та організацію з нагляду за дотриманням правил торгівлі, а також сприяти залученню вільного капіталу для проведення спекулятивних операцій. Отже впровадження ф'ючерсного ринку це – процес доволі тривалий і потребує значних ресурсів, торгівля ф'ючерсними контрактами буде можливою лише при створенні всіх необхідних умов. Виконання всіх цих елементів системи ф'ючерсного ринку дасть змогу створити ефективний механізм прозорого ціноутворення на ринку зернових та зниження цінових ризиків [3 – 8].

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Державна служба статистики України: офіційний сайт [Електронний ресурс]. URL: <http://ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 15.12.2015).
2. Програма розвитку фінансового сектору USAID FINREP-II, 18 червня 2015 р. Режим доступу: <http://aeaep.com.ua/wp-content/uploads/2015/07/analy-z.pdf>
3. Солодкий М.О. Фючерсний ринок – фактор стабілізації ціноутворення /М.О.Солодкий //Моніторинг біржового ринку. – 2014. - №1(20). – С.12-15.
4. Кирилюк Е.Н. Биржевая торговля сельскохозяйственной продукцией в Украине: проблемы и перспективы/К.Н.Кирилюк// Бизнес. Образование. Право - Вестник Волгоградского Института Бизнеса, 2013, № 1 (22).
5. Яворська В.О. Тенденції розвитку вітчизняних біржових торгів товарними деривативами на сільгосппродукцію / В.О.Яворська // Моніторинг біржового ринку. – 2014. - №1(20). – С.16-17.
6. Сидоренко О. В. Інструменти управління ризиками у біржовій торгівлі сільгосппродукцією / О. В. Сидоренко // Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Економіка» : збірник наукових праць / ред. кол. : І. Д. Пасічник, О. І. Дем'янчук. – Острог : Видавництво Національного університету «Острозька академія», 2015. – Випуск 28. – С. 43–47.
7. Немченко Г.В. Ціноутворення на сільськогосподарську продукцію в системі ф'ючерсного ринку (на прикладі ринку зернових)/ Г.В. Немченко// Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук – Київ: КНЕУ, 2006.
8. Мещерякова Т.К. Біржова справа : практикум / Т. К. Мещерякова, В. О. Козловський, О. Й. Лесько. – Вінниця : ВНТУ, 2016. – 79 с.

Мещерякова Тетяна Костянтинівна – старший викладач кафедри Економіки підприємства і виробничого менеджменту, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, mtk711780@gmail.com

Meshcheryakova Tatyana K. – senior lecturer of the Department of Economics of enterprise and production management, Vinnytsia national technical University, Vinnitsa

УЗАГАЛЬНЕНА МОДЕЛЬ ОЦІНЮВАННЯ ДИНАМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ КАР'ЄРИ ПРАЦІВНИКА

Вінницький національний технічний університет

Анотація

В доповіді представлено розроблену узагальнену багаторівневу модель, яка дає змогу оцінювати динаміку зміни кар'єри працівника в розрізі вмотивованості кожної конкретної посади. Також в доповіді розроблено метод, що дозволяє врахувати вплив кожного із основних об'єктивних факторів, які впливають на динаміку кар'єри працівника.

Ключові слова: кар'єра, динаміка, мотивація, імідж, оцінювання, фактори, метод, модель, рівень.

Abstract

In the report is presented the generalized multilevel model which allows to assess dynamics of change career of the employee motivatedness in the context of the job. Also in the report developed a method to take into account the impact of each of the basic objective factors that influence the dynamics of career employees.

Keywords: career, dynamics, motivation, image evaluation factors, methods, models, level.

Вступ

Персонал більшою мірою, ніж всі інші чинники виробництва, визначає стратегічний успіх підприємства, і тому задоволення працівників своєю кар'єрою та посадою, яку вони займають, є одним із головних факторів, які є основою забезпечення ефективної діяльності підприємства у будь якій країні [1,2]. Важливою складовою кар'єрного успіху, з точки зору забезпечення працівника бажаною посадою, є ті можливості, які несе в собі бажана посада, а також ті фактори, які на них впливають та зміна сили їх впливу з плином часу. Саме тому побудова моделі, яка б дала змогу оцінити динаміку зміни кар'єри працівника під впливом цих факторів в розрізі вмотивованості кожної конкретної посади є актуальною задачею сучасного менеджменту.

Метою роботи є виявлення факторів, які спричиняють вагомий вплив на динаміку кар'єрного росту працівника та на їх основі побудова багаторівневої моделі, яка дозволяє оцінити їх вплив кожному із рівнів.

Результати дослідження

Успішне просування кар'єрою драбиною багато в чому залежить від професійних якостей, на які є великий попит на ринку праці, які, в загальному своєму вираженні, відображаються у понятті людського капіталу, під яким розуміється сукупність усіх продуктивних якостей працівника [3,4]. Також можна сказати, що людський капітал в свою структуру включає набуті знання, навички, а також мотивацію та енергію, які використовують для виробництва економічних благ [4,5]. Існують якості, які на ринку праці цінуються завжди і скрізь. Мотивація персоналу, яка породжується динамікою кар'єрного, росту являю собою ключовий фактор, який виражає цінність людського капіталу [3,6]. В багатьох дослідженнях українських науковців [1-7] відображено різні аспекти цінності розвитку людського капіталу як для підприємства, так і для країни в цілому.

Також необхідно відмітити, що динаміка кар'єрного росту багато в чому залежить від професії [8], яку майбутній працівник обирає ще на етапі навчання у ВНЗ, від узгодженість критеріїв підготовки кожної конкретної посади з вимогами ринку праці [9].

Дослідження, проведені в роботах [10,11], відображають узагальнені підходи кар'єрного росту в розрізі теорії корпоративного управління та класичного менеджменту персоналу в цілому, не відділяючи яскраво виражених окремих факторів.

В дослідженнях, висвітлених в працях [12-15], виділені та описані вузько направленні множини факторів, які можуть спричиняти прямий чи опосередкований вплив на просування кар'єрою драбиною працівника.

Роботи [16-19] присвячено опису моделей та методів, які оцінюють вплив окремих різнорівневих об'єктивних та суб'єктивних факторів із загальної їх множини, які можуть спричинити вплив на зміну динаміки кар'єри працівника, але узагальненої моделі, яка б повністю описувала та оцінювала вплив всієї множини факторів поки розроблено не було.

Мотивація є спонукаючою дією, і при аналізуванні множини чинників, які впливають на динаміку кар'єрного зростання, її можна визначити як первісний загальноохоплюючий фактор, так як будь який із множини чинників на будь-якому рівні є спонукаючим до досягнення саме того кар'єрного рівня працівника, якому він притаманний, і саме від їх бажаності для працівника залежить рівень динаміки кар'єрного зростання: чим більш мотивуючим для конкретного працівника є оцінюваний фактор, чим більше зусиль він прикладе до досягнення тієї посади, яка цей фактор задовольняє. Слід відмітити, що у вище окресленому контексті сила впливу кожного конкретного чинника на індивідуальному рівні буде суб'єктивною, але на макрорівні ці фактори можна розглядати як усереднені і об'єктивні.

На кожен об'єктивно визначений фактор першого порядку, який впливає на рівень вмотивованості агента та задоволення своєю посадою, в свою чергу, діють фактори другого та третього порядку [20]. Узагальнена модель оцінювання динамічного зростання кар'єри працівника подано на рис. 1.

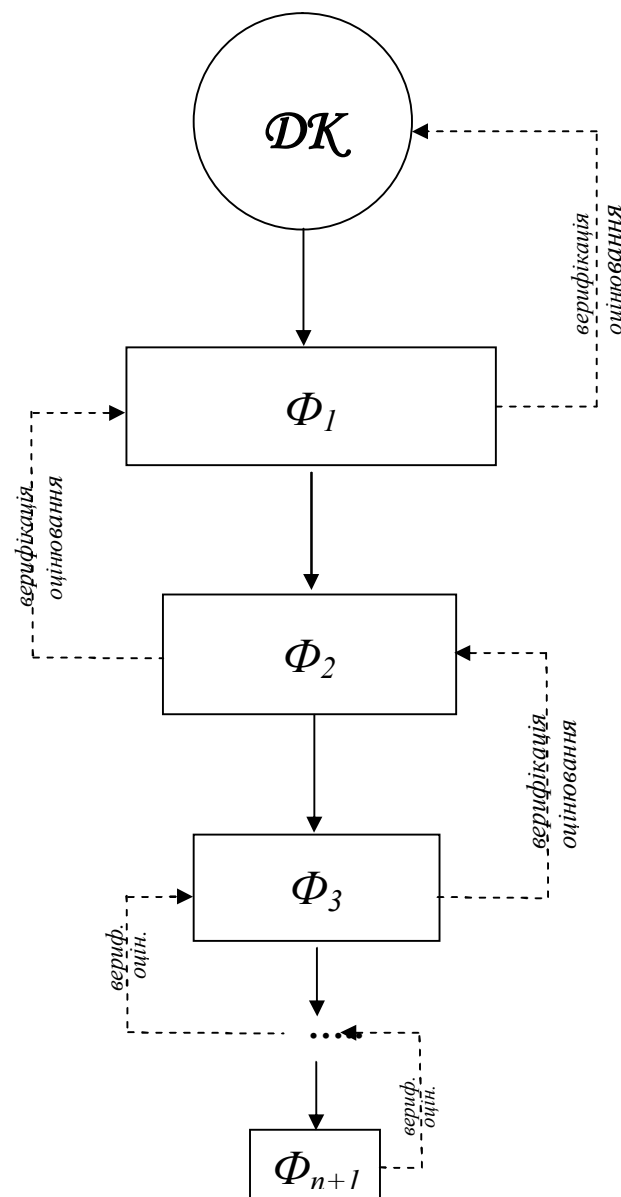


Рисунок 1 – Узагальнена багаторівнева модель оцінювання динамічного зростання кар'єри працівника, де $n \in N$, N – множина натуральних чисел

На рис. 1 пунктиром відображено верифікацію оцінювання впливу факторів нижнього рівня на фактори вищого порядку. В розробленій моделі фактори першого (Φ_1) порядку можуть включати імідж посади, наявність ресурсів, що знаходяться у підпорядкуванні, рівень самостійності в прийнятті рішень, офіційні бонуси посади, винагороду за працю, специфічні об'єктивні фактори притаманні Україні тощо [20].

Серед факторів другого порядку (Φ_2), за їх впливом на задоволення існуючою посадою у кар'єрній складовій, можна виділити наступні: особистий помічник, власний кабінет, топовість назви посади; наявність особистого водія чи охорони, кількість фінансових, організаційних та людські ресурсів, що знаходяться у підпорядкуванні, перспективи отримання офіційних благ після залишення даної посади, фінансова винагорода, моральне задоволення від займаної посади, *можливість* використання службового становища в особистих цілях тощо [20].

В свою чергу, серед факторів другого порядку можна виділити фактори третього порядку (Φ_3), наприклад, дозвіл на носіння та користування вогнепальної зброї для охорони, наявність у підпорядкуванні спеціалізованих організаційних структур, можливість підвищення кваліфікації за рахунок підприємства, наявність інтерактивного навчання, різноманітні матеріальні (премій, доплат, надбавок) та моральні (самовираження, самореалізація, творчість) бонуси тощо, які безпосередньо впливають на фактори другого рівня і опосередковано на фактори вищого рівня.

Цей перелік можна продовжувати безкінечно, поділяючи фактори вищого n -рівня на фактори більш низького $(n+1)$ -рівня, кожен з яких чинить прямий чи опосередкований вплив на кінцевий комплексний результат представленої моделі.

На основі представленої моделі розроблено метод [20], що дозволяє врахувати вплив кожного із множини основних об'єктивних факторів, які впливають на динаміку кар'єри працівника і на рівень вмотивованості працівника займаємою посадою.

Висновки

Представлена в доповіді розроблена багаторівнева модель, дає змогу оцінити динаміку зміни кар'єри працівника в розрізі вмотивованості кожної конкретної посади, а також проаналізувати силу впливу множини чинників на різних рівнях на результат вищого порядку. На основі моделі розроблено метод, що дозволяє врахувати вплив кожного із множини основних об'єктивних факторів, які впливають на динаміку кар'єри працівника і на рівень вмотивованості працівника займаємою посадою.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Шиян А. А. Управління формуванням ефективних економічних інститутів для України : монографія / А. А. Шиян, Л. О. Нікіфорова. – Вінниця : ВНТУ, 2011. – 300 с.
2. Причепя І. В. Теоретико-методологічні підходи до визначення потенціалу підприємства / І. В. Причепя, В. О. Козловський // Вісник Вінницького політехнічного інституту. – 2007. – № 3. – С. 28-33.
3. Нікіфорова Л.О. Необхідність інвестування у людський капітал на підприємствах / Л. О. Нікіфорова, О. В. Крилова // Всеукраїнська науково практична конференція «Теорія та практика трансформаційних перетворень в економіці, політиці та культурі за умов розвитку глобалізаційних процесів» (12-14 квітня 2011 р.) – ТНЕУ ВІЕ, Вінниця, 2011. – С. 41-43.
4. Кавецький В. В. Класифікація компонентів та шляхи підвищення рівня людського капіталу підприємства / В. В. Кавецький // Вісник Вінницького політехнічного інституту. – 2011. – № 1. – С. 49-54.
5. Небава М. І. Соціальне відторгнення в контексті формування соціальної політики людського розвитку / М. І. Небава // Теорії мікро-макроекономіки: Збірник наукових праць. Академія муніципального управління. Випуск 38. – Київ. – 2012. – С. 125-136.
6. Інтеграція економічних та технічних процесів: сучасний стан і перспективи розвитку: колективна монографія. / за заг. ред. Савчук Л. М. – Х. : Вид-во «Діса плюс», 2015. – 480 с.
7. Кавецький В. В. Людський капітал та гуманізація вищої професійної освіти / В. В. Кавецький, Н. В. Сачанюк-Кавецька [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://conf.vstu.vinnica.ua/hummed/2008>
8. Прищак М. Д. Етичні та психологічні засади формування компетентності менеджера / М. Д. Прищак, О. Й. Лесько // Вісник Вінницького політехнічного інституту – 2012. – № 5. – С. 136 – 140.
9. Небава М. І. Узгодженість критеріїв підготовки менеджерів з вимогами ринку праці / М. І. Небава, І. В. Заюков // Модернізація структури та змісту підготовки фахівців з менеджменту організацій і адміністрування: Матеріали Міжнародної науково-методичної інтернет-конференції (24 квітня 2013 року) – Вінниця : ВНТУ – 2013. – С. 87-92.
10. Небава М. І. Теорія корпоративного управління: вузлові питання / М. І. Небава. – К. : ЦНЛ, 2004. – 295 с.

11. Ожиганова М. І. Управління персоналом / М. І. Ожиганова, В. О. Хорошко, Ю. Є. Яремчук, В. В. Карпінєць. – Вінниця : ВНТУ. – 188 с.
12. Мороз О. В. Регулювання міжособової взаємодії в колективах / О. В. Мороз, Л. О. Нікіфорова // Економічний простір : Збірник наукових праць. – Дніпропетровськ : ПДАБА, 2008. – No 2. – С. 164–172.
13. Shiyani A. A. Types of Economic Behavior: The Instrument for Management of Individuals / A. A. Shiyani, L. O. Nikiforova // Forecasting Models eJournal. – 2011. – V. 4, Issue 24. – 22 p. Available at SSRN: <http://ssrn.com/abstract=1952651> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1952651>.
14. Мазоренко М.О. Імідж керівника як управлінська та соціально-психологічна категорія / М. О. Мазоренко // Проблеми екстремальної та кризової психології. – 2011. – Вип. № 9 – С. 177-184.
15. Причепя І. В. Проблеми оцінювання ефективності менеджменту на підприємстві / І. В. Причепя, А. А. Маріянюк // Економічний простір. – 2014. – № 86. – С. 196–205.
16. Шиян А. А. Модель та метод підвищення інформаційно-психологічної захищеності соціальної групи та суспільства від корупції в умовах України / А. А. Шиян, Н. В. Ляховченко, В. О. Леонтьєв, В. В. Сінюгін // Сучасний захист інформації. – 2015. – №3. – С.28-34.
17. Чжэн В. Метод непрямой идентификации руководителя как лидера с использованием социально-психологических технологий / В. Чжэн, Л. А. Никифорова // Актуальні проблеми економіки. – Київ, 2014. – № 7 (157). – С. 397-405.
18. Karachina N.P. The theory-game model of optimum stimulation of higher management of enterprise / N.P. Karachina, A.A. Shiyani, I.E. Mykytiuk // Nauka i studia: Intern. scien. conf., 27 декабля 2007 р. - 05 янв. 2008 р.: meter. — Przemysł, 2008. — p. 24–30.
19. Нікіфорова Л.О. Теоретико-ігрова модель ефективної мотивації керівного персоналу власниками акцій / Л. О. Нікіфорова, А. А. Шиян, Д. В. Львова // Экономика и управление. – м. Сімферополь – 2012 – № 6. – С. 58-63.
20. Нікіфорова Л. О. Узагальнена модель оцінки рівня вмотивованості агентів загроз в задачах забезпечення безпеки об'єктів на мікро та макрорівнях / Л. О. Нікіфорова // Сучасний захист інформації. – 2015. – № 4. – С. 71-76.

Нікіфорова Лілія Олександрівна – к.е.н., доцент кафедри економіки підприємства та виробничого менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця;

Liliya O. Nikiforova – PhD of economy, Associate Professor of the Department of Economics of enterprise and production management, Vinnytsia national technical University, Vinnytsia.

МАРКЕТИНГОВІ ЧИННИКИ ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ ПРОДАЖУ ТОВАРІВ ПІДПРИЄМСТВА

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Розглянуто маркетингові аспекти та принципи побудови взаємодії з покупцем, що дало можливість сформулювати сучасні умови підвищення рівня продажу товарів в будь-якій сфері.

Ключові слова: маркетинг, товар, підвищення рівня продажу, потреба, вигода.

Abstract

We consider marketing aspects and the basic principles of interaction with the customer. Formed basic conditions raising selling products in any area.

Keywords: marketing, product increased sales, demand, benefit.

Вступ

Товар є ключовими елементом комплексу маркетингу, що впливає на комерційний успіх діяльності підприємства. Ринок товарів швидко змінюється внаслідок впливу чинників стрімкого удосконалення технологій, зростання конкуренції, змін уподобання споживачів та життєвого циклу товару. Збільшення продажів - бажання, як виробників товарів, так і продавців на місцях продажів.

Маркетингові аспекти ефективного функціонування бізнесу та підвищення рівня продажу товарів підприємства у різних сферах господарювання розглядалося великою кількістю вітчизняних та зарубіжних науковців, таких як Ф. Котлер [1], Ж-Ж. Ламбен [2], А. Іващенко [4], О. Лесько, В. Козловський [4], Л. Несен, О. Ратушняк [5], Т. Пілявко [6], Н. Чухрай [7] та багатьма іншими.

Рівень продажів визначає успішність ведення бізнесу в будь-якій сфері. Кожне підприємство орієнтується на залучення уваги до свого товару і отримання стабільно високого доходу. Ідентичність товарів різних виробників утруднюють сприйняття та вибір споживачем товару. Акцентування на якості товару стає недостатнім, постає завдання у переконанні покупця в необхідності покупки. Тому в сучасних ринкових умовах підвищення рівня продажу товарів залежить в першу чергу від маркетингових чинників.

Маркетингові чинники формують індивідуальність, тобто здатність товару мати власні неповторні ознаки порівняно з товаром конкурентів. Маркетингові чинники це контрольовані підприємством фактори, які можуть вплинути на придбання його товарів споживачами. Чотири компоненти чинників маркетингу (так звані чотири Пі (four P: Product, Price, Place, Promotion) включають: сам продукт (його якість, торговельну марку, упаковку та інші характеристики); ціну на нього (роздрібна ціна, знижки на великі замовлення, умови кредиту); просування товару (стимулювання збуту (sales promotion)) і місце (де продавати товар, які транспортні послуги використовувати, які запаси товару мати) [8].

Мета сучасного маркетингу - не продаж за принципом "не обдуриш - не продаси", а задоволення потреб покупців.

Кожний успішний бізнесмен знає, що взаємодія з покупцем повинна будуватись на двох принципах: повага та чесність. І тут має місце помилка: більшість продавців намагається продавати товар зі всією наявною ввічливістю до клієнта і тільки одиниці розуміють, що головний не товар, а сам клієнт. Жоден клієнт не придбає товар, якщо він не відчує або потребу, або вигоду від придбання цього товару.

Тому необхідно враховувати, що:

1. Покупці купують товар, щоб вирішувати свої проблеми.
2. Покупці роблять вибір між конкуруючими торговими марками, базуючись на рівні і типі знань про товар, а також на уявленні про наслідки придбання і використання товару.

3. Продаж ефективніша, коли вона базується на розумінні структури знань, наявних у покупця.

4. Знання покупця про відмінні особливості товару можуть бути конкретними (фізичні властивості) або абстрактними (суб'єктивними). Уявлення про абстрактні відмінності, такі як «дизайн» або «стиль» можуть відігравати важливу роль у процесі прийняття рішення.

5. Споживачі з більшою ймовірністю купують продукцію, якщо позитивні наслідки (переваги) помітно «переважають» сприйняття негативних наслідків (ризиків).

6. Позитивні наслідки можуть бути функціональними (пов'язаними з характеристиками продукції) або психологічними (пов'язаними з тим, як покупець сприймає торгову марку).

Практично кожний продавець акцентує увагу на необхідності ідеального знання товару своїми працівниками і вмінні бути ввічливими перед покупцем. Але проблема полягає в тому, що продавець намагаючись продати товар робить в основному акцент на техніко-економічних характеристиках товару, і не звертає уваги на особистість покупця, який має живі емоції, захоплення та відчуття. Для прикладу: один з починаючих продавців у великому супермаркеті електроніки робив великі продажі. Керівництво компанії вирішило нагородити даного продавця, але під час розмови з ним було виявлено, що він взагалі не орієнтується в жодних технічних характеристиках товару. Проте, за його попередні заслуги йому дали шанс за умови, що він вивчить всі характеристики товару, який продається у супермаркеті. Продавець навчився розрізняти практично однакові моделі лише за маркуванням в назві товару, але після цього рівень продажів цього працівника суттєво знизився.

Сталось це тому, що раніше працівник продавав не товар, а вигоди. Вигоди, які визивали емоції радості та задоволення і змушували клієнтів відчутти товар у своєму власному використанні.

Порівняйте: зранку крізь сон ви відчуваєте запах свіжої кави. У голові ще в'яло формуються думки про те, як вам пощастило з чоловіком. Ви відкривши очі розгублені від того, що чоловік досі поряд. Сон пройшов, в голові йде пошук логічного пояснення. І тут ви згадуєте, що купили кавоварку з функцією відкладеного часу. І настрої ще більше покращується. Або: кавоварка 123, модель 2016 року. 6 режимів готування з функцією відкладеного часу для приготування кави. Клас енергозбереження A+. 1500 Wat.

Сем Уолтон (Sam Walton), засновник однієї з найбільш успішних в світі роздрібних мереж Wal-Mart, зазначав, що в бізнесі є тільки один бос - покупець, і він може звільнити будь-кого, навіть главу компанії, якщо цього правила не буде дотримано. «Що ми робимо, щоб ви були щасливі якомога довше?» - звертається ІКЕА до своїх покупців. А компанія Tesco, яка бачить свою головну мету в тому, щоб надавати цінність покупцям і тим самим завоювати їхню лояльність на все життя, пропонує обслуговування під гаслом «Every Little Helps» («Важлива кожна дрібниця») [9].

Ці компанії відомі своєю «орієнтацією маркетингу», тобто розумінням того, що для забезпечення стійких переваг в довгостроковій перспективі необхідно будувати взаємовигідні відносини з покупцями, задовольняючи їх потреби, розкривати вигоди від придбання товару більш ефективно, ніж конкуренти.

Найбільш продуктивний спосіб забезпечити укладання договору купівлі-продажу полягає в тому, щоб встановити з покупцем взаємини, які необхідно будувати на засадах позитивного досвіду, який перевищує очікування покупця.

Необхідно також враховувати, що будь-який, навіть найякісніший продукт, з відмінною рекламою, досконалим маркетингом і великою кількістю проведених промо-акцій, може не виправдати витрат, якщо продавець не зможе його правильно подати покупцеві, або, якщо у продавця не буде мотивації продати даний товар.

Наприклад: один з виробників, оголосив про розіграш путівок на курорти для кращих продавців, після чого продажі товару цього виробника виросли на тридцять відсотків. Також, відомий виробник макаронної продукції, в кожному п'яту партію товару клав подарунок для продавців - безкоштовну пачку макаронів і глянсовий буклет, з інформацією про властивості макаронних виробів, їх історії і рекомендаціями щодо ведення бесіди з покупцями [9].

У кожного з покупців є очікування щодо передбачуваного рівня обслуговування і мінімально прийняттого рівня обслуговування, між ними знаходиться інтервал прийняттого обслуговування.

Якщо продавець перевищить бажаний рівень обслуговування, покупці будуть задоволені. Якщо рівень обслуговування виявиться нижче мінімально очікуваного, вони з великою часткою ймовірності відправляться за покупкою до іншого продавця.

Очікування покупців щодо стандартів обслуговування формуються на основі обіцянок про обслуговування, які дає підприємство. Невиконання обіцянок про обслуговування призводить до

незадоволеності покупця, а надмірні обіцянки в надії гарантувати продаж майже завжди призводять до розчарування.

Висновки

Метою сучасного маркетингу є не продаж товару або послуги будь-яким способом (включаючи обман покупця), а задоволення потреб споживачів. Товар повинен представляти для покупця цінність, або покупець повинен отримувати вигоду від його придбання, інакше товар не буде купуватися. Якщо товар не відповідає очікуванням покупця, він не стане купувати його вдруге.

Тому, для підвищення рівня продажу товарів підприємства необхідно:

1. Спостерігати за поведінкою покупців, спілкуватися з ним, запитувати їх думку, що надасть можливість передбачати потенційні або несвідомі потреби покупців та ліквідувати проблеми пов'язані з донесенням актуальної інформації, якістю обслуговування, зручністю користування тощо.

2. Описувати товар доступно, уникати надмірної кількості термінів, намагатись візуалізувати те, що пропонується, розкрити покупцю максимальні вигоди від придбання і використання товару.

3. Забезпечити якісний сервіс, який зробить отримання товару приємним процесом. Якісне сервісне обслуговування - один з елементів, який створює емоційну прив'язку та викликає лояльність до продавця [10].

Тільки знаючи свого потенційного покупця, розуміючи його потреби і передбачаючи його бажання, можна створити продукт чи послугу, від яких він не зможе відмовитися.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Котлер Ф. Маркетинг. Менеджмент / Под ред. О. А. Третьяк, Л. А. Волковой, Ю. Н. Каптуревского ; пер. с англ. – СПб : изд-во “Питер”, 1999. – 896 с.
2. Ламбен Ж.- Ж. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива / Ж - Ж. Ламбен ; [пер. с фр.]. – СПб : наука, 1996. – 589 с.
3. Yvaschenko A.G. Directions of perfection of marketing research in the development of issues related to the effective implementation of innovative projects / A.G. Yvaschenko, L.D. Glushchenko // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. - 2015. - № 1 (17). - С.84-89.
4. Козловський В. О. Бізнес-планування [текст] : навч. Посіб. Для студ. Вищ. Навч. Закл. / В. О. Козловський, О. Й. Лесько ; Вінниц. Нац. Техн. Ун-т. - [2-е вид., доп. Та переробл.]. - Вінниця : Універсум-Вінниця, 2008. - 240 с.
5. Несен Л. М. Ринкове позиціонування як фактор прискорення дифузії інформації про інновації [Текст] / Л. М. Несен, В. В. Несен, О. Г. Ратушняк // Вісник національного університету «Львівська політехніка». – 2008. - № 633. – с. 491-500.
6. Пілявоз Т. М. Концепція маркетингової стратегії в управлінні інноваційним розвитком підприємств / Т. М. Пілявоз, Л.Д. Глушенко // Міжнар. наук.- практ. конференція "Маркетингова діяльність підприємств: сучасний зміст". - Полтава, ПУЕТ, 2015. – С.
7. Чухрай Н. І. Формування інноваційного потенціалу підприємства: маркетингове та логістичне забезпечення : монографія / Наталія Чухрай. – Львів : видавництво національного університету “Львівська політехніка”, 2002. – 314 с.
8. Бизнес. Толковый словарь. – М.: "Инфра-М", издательство "Весь мир". Грэхэм Бетс, Барри Брайндли, С. Уильямс и др. Общая редакция: д.э.н. Осадчая И. М. 1998.
9. Навики продаж [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.uaseller.org/navyki-prodaj>. – Назва з титул. екрану.
10. Мудра М. Клієнтоорієнтованість як філософія [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://innovations.com.ua/ua/articles/finance/18803/klijentoorijentovanist-yak-filosofiya>. – Назва з титул. екрану.

Глушенко Лариса Дмитрівна — канд. екон. наук, доцент кафедри економіки підприємства і виробничого менеджменту, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: lglushenko@mail.ru

Glushchenko Larysa D. — Cand. Sc. (Econ.), Assistant professor of the Chair of Economics of Enterprise and Production Management.

РОЛЬ ПСИХОЛОГІЧНИХ ЗНАНЬ В УПРАВЛІННІ ОРГАНІЗАЦІЄЮ: МЕНЕДЖМЕНТ КАФЕДРИ

Вінницького національного технічного університету, Факультет менеджменту.

Анотація

У статті розглядається роль психологічних знань в управлінні організацією, їх вплив на формування освітнього змісту підготовки менеджерів та вироблення рекомендацій щодо формування освітнього змісту психологічної підготовки менеджерів.

Ключові слова: компетентність менеджера, психологічна культура менеджера, управління працею, управління людьми, управління організацією.

Abstract

The paper considers the role of psychological knowledge in managing the organization, their influence upon the formation of the educational content for training managers and development of recommendations for the formation of the educational content for psychological training of managers.

Keywords: competence of managers, psychological culture of manager, management of labor, human resource management, management of organization.

Економічна трансформація України, її якість та швидкість вимагають зміни парадигми підготовки управлінських кадрів, яка не відповідає сучасним вимогам розвитку бізнесу та менеджменту. На даний час існує потреба в підготовці менеджерів, керівників високого професійного рівня, здатних розвивати бізнесові стосунки та стосунки в організаціях на цивілізованій основі, яка, значною мірою, визначається психологічною компетентністю менеджера.

Аналіз теорії та практики управлінської діяльності в організаціях дає можливість зробити висновок, що компетентність менеджера є системним явищем і визначається сукупністю таких його складових: знання, уміння, навички у сфері управлінської діяльності та відповідній виробничій сфері; професійні знання; етична культура; психологічна культура. Особливого значення в сучасному менеджменті набуває психологічна (особистісна) складова компетентності менеджера.

Відомий менеджер XX століття Лі Якокка ключовим постулатом мистецтва управління визначив такий: "Уміння контактувати з людьми - це все і вся" [1,411]. Інший, не менш відомий менеджер Джек Уелч, який понад 20 років (до 2001 р.) очолював компанію "Дженерал електрик", акцентує увагу на такому аспекті діяльності менеджера: "У новому тисячолітті, сповненому жорсткої конкуренції, необхідно вести людей до цілі, не командуючи ними, а запалюючи, надихаючи їх"[2,57].

Спробою системного підходу до зміни парадигми менеджменту в організації є розвиток теорії "5 рівня управління", яка основою розвитку (перетворень) в організації визначає не корпоративну стратегію розвитку, що характерно для 4 рівня управління, зокрема для концепції "управління за метою" Пітера Друкера, а підбір команди, що вимагає поєднання психологічних та етичних принципів [3,159].

Психологічна культура менеджера включає в себе знання психологічних закономірностей розвитку та прояв психіки особистості, психологічних аспектів спілкування та взаємодії в різних соціальних групах, знання психології управління, а також уміння використовувати набуті знання.

Домінуюча роль у підготовці менеджерів в Україні належить вищим навчальним закладам. Ефективність формування професійної компетентності менеджера у вищому навчальному закладі в значній мірі залежить від наявності у плані підготовки психологічних дисциплін; відповідного, сучасним вимогам розвитку бізнесу та менеджменту, змісту навчальних програм дисциплін, професійних знань та навичок викладачів кафедри у своїй діяльності.

Розвиток психологічної компетентності на основі вивчення психологічних дисциплін обмежується вивченням дисципліни "Психологія". Зміст таких дотичних до психології дисциплін як "менеджмент", "менеджмент організацій", "управління персоналом", "кадровий менеджмент", "організація праці менеджера" часто носить структурно-технократичний характер. В значній мірі це обумовлено тим, що при визначенні поняття "менеджмент" практично ігнорується така його сутнісна та змістовна сторона визначення: "менеджмент - це управління людьми".

Не зовсім визначеною є роль етичної та психологічної складових. В багатьох випадках дані аспекти просто ігноруються, особливо в інженерно-технічній діяльності. Все це засвідчує суто технократичний підхід до поняття професіоналізму (професійної компетентності), недостатню увагу ціннісним, особистісним, психологічним засадам професійної діяльності людини та її життєдіяльності в цілому.

Наведемо приклад та проаналізуємо, з точки зору ролі в їх структурі етичних та психологічних засад, деякі професії.

Так, в діяльності програміста, будівельника, енергетика, механіка етична, а особливо психологічна складова, не відіграють відносно домінуючого значення. Хоча будь-який вид професійної діяльності має в особі етичну складову – на що результати професійної діяльності спрямовані або можуть бути спрямовані – на реалізацію ідеї добра чи зла, результати діяльності наносять шкоду здоров'ю людини, ведуть до екологічних проблем, можуть призвести до загибелі людей та ін. Відносна некомунікативність цих професій може говорити про не домінантність також психологічної складової.

Інший підхід до аналізу таких професій як поліцейський, лікар, суддя. В них важливим елементом професіоналізму, окрім виробничої складової, постає моральність людини. Психологічний чинник професіоналізму у даних професій, за деяким виключенням (лікар-психотерапевт, поліцейський-слідчий), відносно не є домінантним, хоча бачимо зростання його ролі.

Зовсім іншу ситуацію бачимо в професіях викладача, вихователя, професіях, в основі яких взаємодія з клієнтами (студенти, бізнес, банківська діяльність, торгівля та ін.), управлінська діяльність (діяльність менеджера) та ін. У цих сферах професійної діяльності професіональна компетентність визначається сукупність всіх складових – професійно-виробничої, етичної, психологічної.

Показником ставлення до психологічних основ діяльності менеджера, викладача є те, що психологічні дисципліни в плані підготовки менеджерів є складовою "дисциплін за вибором" і "гуманітарних дисциплін за вибором".

Ефективність підготовки управлінських кадрів в значній мірі залежить від змісту дисциплін. Так, вивчення студентами вищих навчальних закладів, які здійснюють підготовку менеджерів, таких дисциплін як "Організація праці менеджера", "Кадровий менеджмент", "Управління персоналом", "Психологія управління в організації", сприятиме формуванню в майбутніх спеціалістів психологічних компетентностей управлінської діяльності в різних сферах організаційного середовища та організації загалом, уміння застосовувати сучасне мислення до аналізу конкретних ситуацій в управлінні, зможе вивести якість підготовки менеджерських кадрів на рівні сьогоденних вимог.

Але, аналіз наукової літератури засвідчує, що означення сутності та змісту "Психології управління в організації" ще не набуло системного, чіткого характеру.

Дослідження психологічних аспектів менеджменту організацій в західних та вітчизняних науках має різне структурне та змістове оформлення. На Заході цей напрямок психології має переважно три складові, пов'язані з вивченням в організаціях психологічних проблем праці, діяльності персоналу та розвитку організації як єдиного цілого, які об'єднані у цілісну систему. У нас цей напрямок має лише дві складові (психологію праці та психологію управління), що розвивалися переважно окремо і практично не супроводжувалися аналізом організації як спеціального соціального утворення.

У вітчизняних дослідженнях, на відміну від західних, виявляються переважно такі тенденції дослідження психології управління [4,65]:

- управління розглядається поза його зв'язком із певним соціальним утворенням (організацією), в якому воно здійснюється, тобто його ніби виривають з певного соціального контексту;

- управління розглядається лише як управління персоналом і практично не має стосунку до управління організацією в цілому;

- управління розглядається з позицій суб'єкта управління (керівника), тобто як однобічний процес, без урахування аналізу об'єкта управління як складової цього процесу.

Внаслідок цього, звужується коло проблем, істотних аналізу управлінського процесу, й певною мірою знижується ефективність її досліджень.

Необхідність міжнародної інтеграції України та значні теоретичні та практичні досягнення в сфері психології управління західних країн, ставить перед вітчизняною теорією та практикою менеджменту питання врахування зарубіжних структурних та змістовних підходів до означення сутності та змісту питання управління в організації. Проте, перехід на західні методологічні підходи до психології управління вимагає змін у свідомості вчених та практиків, а також відповідного наукового та методичного забезпечення.

Тому, доповнюючи думки відомого вітчизняного дослідника в сфері організаційної психології Л.М. Карамушка, який акцентує увагу на необхідності пошуку "компромісних" варіантів розв'язання проблеми на цьому етапі поєднання західних та вітчизняних підходів до психології управління можемо здійснювати у межах одного напрямку - "психологія управління в організації", при структурному та змістовному її наповненні трьома складовими західного підходу до менеджменту - управління працею, управління людьми, управління організацією, як єдиного цілого, які об'єднані у цілісну систему [4,65].

Психологія управління в організації, може містити такі структурні елементи: теоретико-методологічні засади психології управління в організації; управління працею; управління людьми; управління організацією.

Підсумовуючи, необхідно зазначити, що роль психологічних знань в сфері менеджменту та бізнесу засвідчують що психологія є однією з важливих компонентів формування компетентності менеджера.

Ефективність формування професійної компетентності менеджера у вищому навчальному закладі в значній мірі залежить від професійної готовності викладацького складу, наявності у планах підготовки нормативних та вибіркових дисциплін; відповідного, сучасним вимогам розвитку бізнесу та менеджменту, змісту навчальних програм.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Мартиненко М.М. Основи менеджменту: підручник / М. М. Мартиненко – К. Каравела, 2005. – 496 с.
2. Чайка Г.Л. Культура ділового спілкування менеджера: навч. посібник / Г.Л. Чайка – К. : Знання, 2005. – 442 с.
3. Коллінз Дж. От хорошего к великому / Коллінз Дж. – Санктпетербург, 2004. – 304 с.
4. Карамушка Л.М. Психологія освітнього менеджера: навч. посібник / Л.М. Карамушка – К: Либидь, 2004. – 424 с.
5. Лесько О.Й. Етика ділових відносин: навч. посібник / Лесько О.Й., Прищак М.Д., Залюбівська О.Б., Рузакова Г.Г. Вінниця: ВНТУ, 2011. – 320 с.
6. Прищак М.Д. Психологія управління в організації: навч. посібник / М.Д.Прищак, О.Й.Лесько– Вінниця, 2013. – 141 с.
7. Прищак М.Д. Етичні та психологічні засади формування компетентності менеджера: навч. посібник / М.Д.Прищак, О.Й.Лесько– Вісник ВПІ. – 2012. – №5 –С.136 –140.
8. Бандурка А. М. Психология управления /Бандурка А. М., Бочарова С. П., Землянская Е. В. – Харьков: Фортуна-Пресс, 1998. – 464 с.
9. Адизес И.К. Идеальный руководитель: Почему им нельзя стать и что из этого следует/ Адизес И.К. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. – 464 с.
10. Утлик Э.П. Личность в психологии и в менеджменте: учеб. пособие / Утлик Э.П. – М. : ГУУ, 2003. – 227 с.

Лесько Олександр Йосипович, к.е.н., професор, завідувач кафедри економіки підприємства і виробничого менеджменту Вінницького національного технічного університету, Вінниця.

lesko@vntu.edu.ua

Система управління конкурентоспроможністю на підприємствах олійно-жирової галузі

Вінницький національний технічний університет

Анотація

У статті розглянуто систему управління конкурентоспроможністю підприємства як складову організаційно-економічного механізму управління. Запропоновано організаційно-економічний механізм управління конкурентоспроможністю підприємств аграрного сектору економіки, наведено характеристику його блоків. Виділено блоки управління системою факторів забезпечення конкурентоспроможності та блок управління рівнем конкурентоспроможності підприємства олійно-жирової галузі.

Ключові слова: управління, конкурентоспроможність, підприємство, олійно-жирова галузь, механізм.

Abstract

A system of competitive enterprises as part of the organizational and economic mechanism of management are considered in the article. The organizational and economic mechanism of enterprise competitiveness of the agricultural sector are proposed. The characteristic of blocks mechanism of management of enterprise competitiveness are presented. Blocks of management system factors to ensure the competitiveness and block of management of enterprise competitiveness of oil and fat industry are allocated.

Keywords: management, competitiveness, enterprise, oil and fat industry, mechanism.

Метою статті є обґрунтування застосування системи управління конкурентоспроможністю підприємства як складової організаційно-економічного механізму на підприємствах олійно-жирової галузі для підвищення рівня конкурентоспроможності суб'єкта господарювання аграрної сфери.

Використання системи управління конкурентоспроможністю забезпечить стале функціонування підприємства за будь-яких економічних, політичних, соціальних та інших змін у його зовнішньому середовищі.

Система управління конкурентоспроможністю підприємства являє собою специфічну багатофункціональну систему, що складається з комплексу взаємопов'язаних блоків, серед яких виділено блоки управління рівнем та системою забезпечення конкурентоспроможності (рис. 1) [1].

Блок 1. Обґрунтування вибору стратегії підприємства доцільно проводити за матрицею загальних стратегій конкуренції, враховуючи створені підприємством конкурентні переваги (зокрема перевага у витратах, диференціація і фокусування).

Блок 2. Досягнення синергетичного ефекту в системі управління конкурентоспроможністю виникає в результаті: кардинальної перебудови організаційно-господарської структури управління; створення продуктивних центрів прибутку і відповідальності за результати діяльності; впровадження підприємницького типу внутрішнього менеджменту підприємства; забезпечення комплексного підходу до реорганізації системи і структури внутрішнього управління підприємством; удосконалення організаційних форм і методів маркетингових досліджень.

Блок 3. Розформування системи управління персоналом і трудовою мотивацією на підґрунті підвищення об'єктивності оцінки результатів праці; створення умов для творчої праці; удосконалення механізму мотивації і відповідальності за забезпечення конкурентоспроможності; реорганізація системи навчання і перепідготовки кадрів з урахуванням вимог стратегічного менеджменту; забезпечення участі працівників у прийнятті управлінських рішень.

Блок 4. Комплексний підхід до підвищення якості і конкурентоспроможності продукції, який передбачає: технічне переозброєння і модернізацію виробництва, впровадження прогресивних технологічних процесів; розробку ефективної стратегії зовнішньоекономічної діяльності, експортну орієнтацію товарної політики; розвиток співробітництва на взаємовигідних умовах із провідними фірмами; розробку та впровадження комплексної системи управління якістю; активізацію інвестиційної та інноваційної діяльності [1].

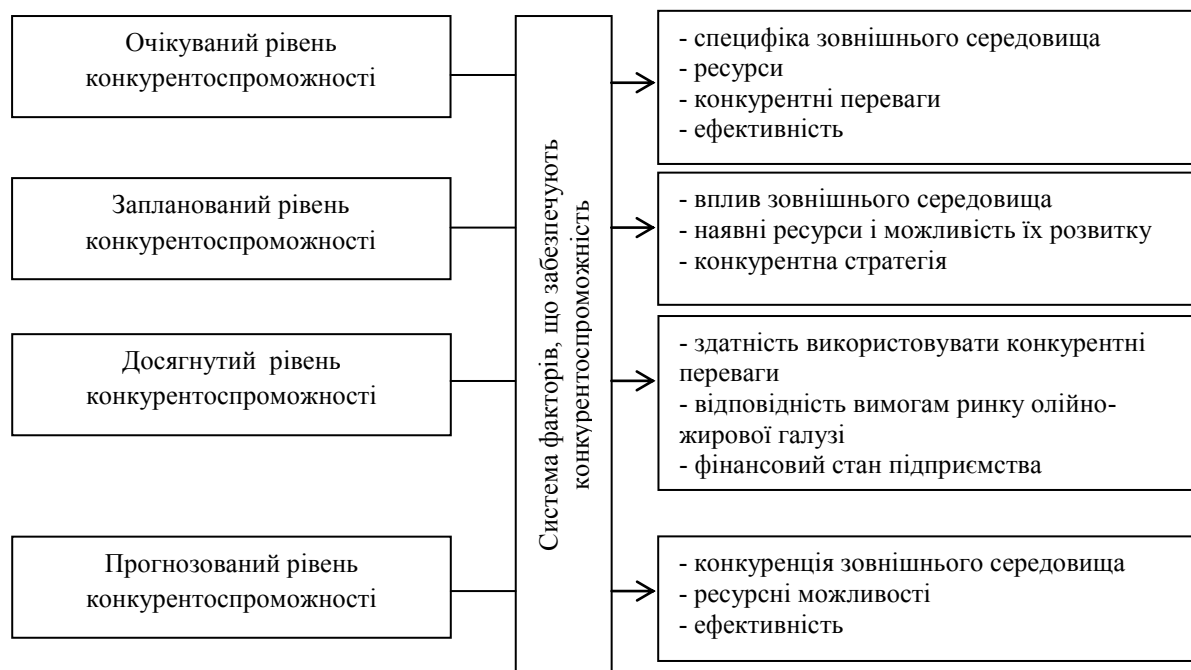


Рисунок 2 – Блок управління системою факторів забезпечення конкурентоспроможності підприємства

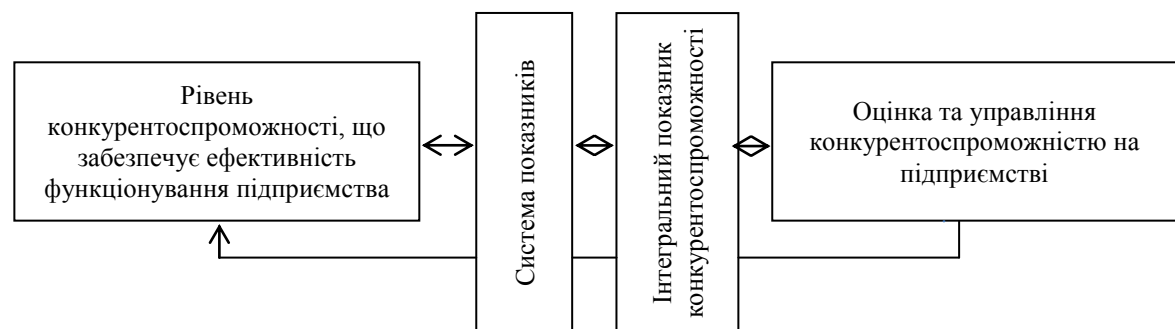


Рисунок 3 – Блок управління рівнем конкурентоспроможності на підприємстві аграрного сектору

Таким чином, розробка і впровадження системи управління конкурентоспроможністю на підприємстві олійно-жирової галузі дозволяє вирішити такі завдання: управління забезпеченням конкурентоспроможності; формування для кожного рівня управління частинних та інтегральних показників оцінки конкурентоспроможності; розробка підходів до розрахунку та інтерпретації результатів оцінки конкурентоспроможності; визначення для відповідних бізнес-процесів завдань з управління конкурентоспроможністю підприємства; формування функціональної структури системи управління конкурентоспроможністю підприємства; розробка організаційних регламентів функціонування системи управління конкурентоспроможністю.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Павлова В. А. Конкурентоспроможність підприємства: управління, оцінка, стратегія: монографія / В. А. Павлова, О. В. Кузьменко. – Дніпропетровськ: Дніпропетровський університет імені Альфреда Нобеля, 2011. – 352 с.
2. Небава М. І. Удосконалення показників оцінювання конкурентоспроможності підприємств олійно-жирової галузі з метою забезпечення їх ефективного функціонування / М. І. Небава, Ю. О. Шалагай // Економічний простір. – 2015. - №101. – С. 222-228.
3. Кулешова Г. М. Методичні підходи до оцінки конкурентоспроможності продукції АПК / Г.М. Кулешова / Вісник ЖДТУ. – 2011. – № 1 (47). - С. 176–179.

Відомості про авторів

Небава Микола Іванович, кандидат економічних наук, професор, декан факультету менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Галушак Юлія Олександрівна, аспірант факультету менеджменту, кафедра економіки підприємства і виробничого менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, julieto4ka_@mail.ru.

Відомості про наукового керівника

Небава Микола Іванович, кандидат економічних наук, професор, декан факультету менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Nebava Mykola Ivanovich, PhD, Professor, Dean of the Faculty of Management, Vinnytsia National Technical University. Vinnitsa.

Galushchak Yuliya Olexandrivna., Faculty of Management graduate student, department of business economics and production management, Vinnytsia National Technical University. Vinnitsa, julieto4ka_@mail.ru.

ДЕЯКІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Розглянуто питання сутності економічних, юридичних, соціально-психологічних та інфраструктурних передумов, спрямованих на створення в Україні цивілізованого бізнесу. Проаналізовані наслідки проведення в Україні приватизації державного майна, розвитку фінансово-кредитної системи тощо.

Ключові слова

Бізнес, підприємництво, приватизація, валюта, комерційні банки, інфраструктура

Abstract

The questions of essence of economic, legal, social-psychological and infrastructural pre-conditions, directed on creation in Ukraine of the civilized business are considered. The consequences of leadthrough are analysed in Ukraine of privatization of state property, development of the finansovo-kreditnoy system etc.

Keywords

Business, enterprise, privatization, currency, komercivnyi jans, infrastructure

Результати реформування економіки України показують, що однією із актуальних проблем залишається проблема становлення та розвитку підприємництва. Досвід передових країн світу свідчить, що в тих країнах, де вдалося надати підприємництву цивілізованих рис, а бізнес був поставлений на користь суспільству, спромоглися добитися значних успіхів в розвитку виробництва, впровадженні прогресивних технологій, підвищенні добробуту суспільства та кожного його члена. Так, якщо за 1991-2015 роки індекс зростання валового внутрішнього продукту в країнах ЄС склав приблизно 1,5, то в Україні він не тільки не зріс, а навпаки, зменшився, досягнувши рівня 0,6, тобто за останні 25 років економіка України не тільки не досягла рівня 1990 року, а навпаки, втратила значну частину свого економічного потенціалу та конкурентоспроможність багатьох видів продукції.

Питанням дослідження проблем розвитку економіки України присвячена значна кількість наукових розробок [1], [4]. Багато авторів займаються дослідженням проблем розвитку бізнесу та підприємництва в Україні [2], [3]. Разом з тим, реальних здобутків на цьому шляху поки що мало. І на це є певні об'єктивні причини.

Для того, щоб підприємництво слугувало інтересам суспільства, розвивало виробництво тощо, в країні потрібно створити певні передумови, основними з яких є: економічні, юридичні, соціально-психологічні та інфраструктурні.

Економічні передумови – це створення самих суб'єктів бізнесу, тобто незалежних підприємців, здатних самостійно та ефективно здійснювати підприємницьку діяльність. Вирішення цієї проблеми безпосередньо пов'язано з реформуванням відносин власності: суб'єкти підприємництва повинні або володіти власністю, або мати змогу користуватись чи розпоряджатись нею. Зрозуміло, що тільки власник зможе ефективно використовувати власність. Звідси в нашу реальність увійшли такі поняття, як приватизація, оренда, розпаювання, роздержавлення, акціонування тощо.

Створення ефективного власника-підприємця в Україні відбувається досить повільно. І на це певні об'єктивні причини.

По-перше, якщо в багатьох країнах світу становлення суб'єктів підприємництва відбувалось еволюційно, поступово, через розвиток колективних форм власності, кооперативний рух, створення акціонерних компаній, розвиток малого підприємництва тощо, то в Україні це потрібно зробити швидко, за короткий проміжок часу. Зрозуміло, що на цьому шляху були прорахунки, невдачі, невдалі рішення тощо, що значно погіршило ситуацію з розвитком підприємництва та знизило його ефективність.

По-друге, у свідомості більшості населення залишилось, що єдиним суб'єктом бізнесу у нас була держава. Саме вона визначала, що і як роботи, скільки і яку виготовляти продукцію, куди її відвантажувати, з ким укладати договори, яку призначати ціну за продукцію тощо. Всі підприємства та громадяни країни були об'єктами, які повинні були ретельно виконувати все те, що наказувала їм держава. І на це теж були певні причини.

Справа в тому, що Україна, як і низка інших країн, через особливості свого розвитку потрапила до переліку країн, які приступили до індустріалізації своєї економіки з запізненням, так би мовити, у другу чергу. Це об'єктивно спричинило ситуацію, що Україні постійно доводилось наздоганяти передові країни, спираючись не стільки на економічні, скільки на переважно адміністративні методи управління, не на свободу підприємництва, а на посилене державне регулювання економіки, на певний "примус" з боку держави у вигляді планових завдань. Державний сектор в економіці царської Росії, куди входила і Україна, мав досить значну величину. Окрім таких казенних галузей, як пошта, телеграф, залізничний транспорт, оборонна промисловість, державний сектор обіймав такі галузі, як металургія, нафтовидобуток і навіть сільське господарство, де 40 % земельних угідь (а в окремих губерніях – до 85-99 %) знаходилось у власності держави. Тобто традиційно значна кількість виробництв не були суб'єктами підприємництва, їх робота організовувалася і спрямовувалася рішеннями органів державної влади.

Одержавлення власності інтенсивно продовжувалося і в роки радянської влади через такі заходи, як масштабна націоналізація, колективізація тощо. Не випадково, що напередодні отримання Україною незалежності у 1990 році, близько 92% всієї власності належало державі. Вся машина держави працювала на те, щоб рішення держави перетворювались в життя, часом будь-якою ціною. Всі види діяльності, які не були дозволені державою, вважались незаконними та жорстко каралися. В результаті відбулось "відчуження" робітника від власності. Робітники втратили свою самостійність, ініціативність, бажання приймати ризиковані рішення та відповідати за них. І саме за таких умов Україна вимушена була розпочати процес створення суб'єктів підприємництва.

Практично, за 25 років існування незалежної української держави так і не вдалося (за деяким винятком) створити ефективного власника, який був би здатним розвивати підприємництво, підвищувати ефективність виробництва, чесно і своєчасно сплачувати всі податки, створювати нові, інноваційні зразки техніки та прогресивні технології у промислових масштабах, виплачувати працівникам пристойну легальну заробітну плату тощо. Серед вчених та практиків все ще переважає думка, що створити ефективного власника повинна саме держава, тобто, держава повинна організовувати відкриті конкурси на проведення приватизації, розробляти відповідні приватизаційні умови, які б дозволили, на думку, чиновників, провести «правильну приватизацію» тощо.

Дійсно, такий підхід до пошуку ефективного власника переважав на початку ХХ сторіччя, коли панувала думка, що саме держава повинна знайти ефективного власника і передати йому свою власність. Відомий англійський економіст, представник кембриджської школи, учень Альфреда Маршалла Артур Пігу (1877-1959 рр.) обґрунтовано довів, що у випадку неефективного використання власності або наявності негативної дії зовнішніх чинників на цю власність вплив держави просто необхідний.

Але пізніше, у 1960 році американський економіст Рональд Коуз (1910-2013 рр.) прийшов до діаметрально протилежного висновку, який отримав назву теореми Коуза. Ця теорема зробила її автора великим економістом, лауреатом Нобелівської премії з економіки.

Сутність теореми Коуза дуже проста: якщо власність (в умовах обмежених ресурсів) використовується неефективно або на неї діють певні негативні зовнішні чинники, то вплив у цьому випадку держави не є обов'язковим. Власність сама буде переходити до рук більш ефективного власника або до того, хто більше цінує цей ресурс (зрозуміло, за певну плату, про що сторони домовляються), але при наявності двох необхідних умов: по-перше, трансакційні витрати, тобто витрати на взаємодію між людьми повинні дорівнювати нулю; і по-друге, власність повинна бути надійно захищена з боку держави, тобто права власності повинні бути чітко визначені і дотримані.

Іншими словами, неефективний власник ні за яких умов не зможе отримати ніяких додаткових привілеїв (зі сплати податків, отриманні пільг, державної допомоги (з бюджету), з виграшу тендерів тощо), не зможе захопити чужу власність, яка йому сподобалася, а також не зможе підкупити ні суд, ні прокуратуру, ні інші правоохоронні органи, ні органи державної чи місцевої влади тощо з метою отримання певних привілеїв, які б дали йому змогу і в подальшому працювати неефективно.

І тоді у такого неефективного власника залишаться два напрями дій: або перебудувати свою діяльність, знайти ефективний менеджмент, технічно переозброїти виробництво, виготовляти високоякісну інноваційну продукцію тощо, або продати свою власність іншій особі, яка цінує цю власність більше, яка буде здатна організувати ефективне виробництво, сплачувати всі податки, успішно конкурувати на ринку з іншими підприємцями тощо, тобто ефективно використовувати такі важливі ресурси як землю, надри, цілісні виробничі комплекси, основні засоби, інтелектуальний потенціал тощо.

Тобто, врешті-решт для економіки країни не важливо, хто володіє правом власності на той чи інший ресурс (наприклад, на землю, виробничі комплекси тощо). Важливо те, що право власності на ресурс практично без участі держави може при потребі переходити до того, хто більше цінує цей ресурс і хто може забезпечити більш ефективне використання цього ресурсу. Тому в сучасному суспільстві постійно відбувається перерозподіл прав власності на той чи інший ресурс. Особи, яким він більше потрібен, завжди мають змогу придбати цей ресурс законним, економічним шляхом.

На жаль, оскільки у нас в країні існують величезні трансакційні витрати, тому у нас потенційний ефективний власник практично не має можливості законним шляхом отримати право на власність, якої він потребує і яку він цінує. Тому-то у нас власність у своїй більшості належить неефективним власникам. Але щоб вижити, вони люблять власні інтереси, намагаючись отримати різні пільги, дотації з бюджету тощо. Тому у нас тривалий період часу функціонує неефективна економіка, яка спричинила падіння національного виробництва у величезних обсягах. Більш того, діяльність таких неефективних власників дуже часто супроводжується суттєвою корупційною складовою.

Не випадково, надання Україні життєво важливої фінансової допомоги від міжнародних агентств постійно супроводжується вимогами подолання корупції на всіх рівнях державної влади.

Юридичні передумови для формування в країні цивілізованого бізнесу полягають у *створенні нормативної бази*, яка б законодавчо регулювала розвиток підприємництва, встановлювала справедливі відносини між підприємцями та державою, пам'ятаючи про те, що і підприємці, і сама держава є суб'єктами, які можуть і мають право самостійно приймати відповідні рішення.

Досвід багатьох провідних країн світу показує, що через нормативну базу держава “втручається” в бізнес, регулює його розвиток, робить бізнес більш системним та прогнозованим. При цьому кожен суб'єкт бізнесу самостійно займається своєю справою, самостійно приймає ті чи інші рішення тощо, але в суспільстві формується такий порядок, при якому бізнес слугує інтересам суспільства, розвиває виробництво, збагачує суспільство тощо.

Створення нормативної бази підприємництва в Україні відбувається дуже складно. І на це також є об'єктивні причини. Справа у тому, що нормативна база підприємництва повинна бути сформована за принципом: “Можна робити все, що не заборонено” замість традиційного нормативного принципу, який завжди переважав в нашій країні: “Можна робити тільки те, що дозволено”. Але щоб сформувати нормативну базу за першим принципом, потрібно принаймні мати уявлення про те, що “поганого” може бути в діяльності підприємців, до яких незаконних дій та вчинків вони можуть вдаватися, яку шкоду суспільству можуть нанести ті чи інші їх рішення тощо. А для виявлення всього цього потрібні практичний досвід та час. Не випадково, формування нормативної бази підприємництва у розвинутих країнах відбувалося сторіччями.

Окрім цього, для налагодження цивілізованого бізнесу потрібно мати багато законів, які б регулювали різні сторони діяльності підприємців. Щоб написати такі закони, також потрібен час. При цьому потрібно враховувати, що закони, які регулюють розвиток підприємництва в багатьох розвинутих країнах світу, для України часто не підходять, оскільки віддзеркалюють правові відносини різних етапів розвитку бізнесу та підприємництва.

І, нарешті, для того, щоб розвиток підприємництва в нашій країні слугував суспільству, потрібно виховувати у всіх суб'єктів підприємництва повагу до прийнятих в Україні законів, нормативних актів, до укладених договорів тощо. Потрібно створити ефективну систему судочинства, де б підприємці мали змогу відстоювати свої економічні інтереси, майнові та немайнові права, добиватися відшкодування заподіяних збитків тощо.

Наступною передумовою створення в країні цивілізованого і ефективного підприємництва є *формування в суспільстві позитивного соціально-психологічного середовища*, яке б сприяло розвитку бізнесу та підприємництва.

Досвід більшості передових країн світу показує, що в Україні потрібно настійливо виховувати у всіх верст населення повагу та довіру до бізнесу та підприємництва, яке є рушійною силою розвитку економіки, повагу до праці підприємців, яка є складною та відповідальною, виховувати соціальну відповідальність самих підприємців за результати своєї діяльності. Тут доречно навести слова відомого бізнесмена Г.Форда: “Мати гроші абсолютно необхідно. Але не потрібно забувати при цьому, що мета грошей – не святковість, а примноження коштів для корисного служіння. Для мене особисто немає нічого більш гидкого, ніж порожнє життя... В цивілізації немає місця дармоїдству” [5].

Особливості розвитку підприємництва в Україні полягають у тому, що спочатку з’явилися бізнесмени, які розпочали свою діяльність так, як вважали можливим, виходячи із свого власного досвіду та бачення реальної економічної ситуації, що склалася в країні. Правила та традиції цивілізованого бізнесу, характерні для більшості передових країн світу, просто не враховувалися і не бралися до уваги. В результаті, багато вітчизняних підприємців забули про свою соціальну відповідальність за розвиток суспільства, про те, що саме на плечі бізнесу повинен лягти основний тягар, пов’язаний з утриманням соціальної сфери, державної влади, війська, поліції, розвитком фізкультури та спорту в країні тощо. В іншому випадку бізнес просто не буде сприйнятий суспільством.

При цьому потрібно враховувати, що у 1999 році Організацією Об’єднаних Націй був прийнятий так званий Глобальний договір, одним із принципів якого є посилення соціальної спрямованості бізнесу. Соціальна спрямованість бізнесу виявляється у тому, як бізнес повинен дотримуватися загальновизнаних базових етичних норм, чинних стандартів (наприклад, міжнародних стандартів серії ISO 9000), технічних умов, норм захисту довкілля тощо. Об’єктами соціальної спрямованості бізнесу є працівники підприємств, споживачі продукції, постачальники тощо.

Простий перерахунок основних положень цього Глобального договору показує, наскільки далекий ще український бізнес від вимог сучасного суспільства. Наприклад, вимога договору «Орієнтація на результат» означає, що бізнес повинен задовольняти інтереси всіх зацікавлених країн: споживачів, постачальників, персоналу, власників тощо. Вимога договору «Розвиток персоналу» означає, що працівники повинні розглядатися не як пасивні виконавці, а як творча сила, що активно впливає на роботу підприємства. Вимога договору «Розвиток партнерства» означає встановлення взаємовигідних зв’язків з партнерами, які базуються на довірі і повазі. Вимога договору «Відповідальне ставлення до суспільства» означає, що бізнес повинен займатися діяльністю, яка є корисною для суспільства і яка повинна збігатися з його цінностями та цілями. Вимога договору «Відповідність цілям» означає, що цілі бізнесу повинні досягатися не примусом, а переконаннями, роз’ясненнями та заохоченнями.

Але при цьому слід зазначити, що формування в країні позитивного соціально-психологічного середовища, яке б сприяло розвитку підприємництва – це найскладніше завдання, яке стоїть перед Україною, оскільки свідомість, традиції, психологія людей – найінертніші елементи, які дуже важко піддаються реформуванню та зміні.

Однією із передумов формування в країні цивілізованого бізнесу є створення сучасної інфраструктури бізнесу, тобто системи інституцій, які б організовували, регулювали і контролювали бізнес, сприяли його розвитку. До інфраструктури можна віднести емісійну систему, систему комерційних банків, бірж, ринок цінних паперів, податкові інспекції, систему захисту конкуренції та обмеження монополізму, систему страхування бізнесу тощо.

Певні кроки у цьому напрямі в Україні вже зроблено. Так, станом на 1 жовтня 2015 року в Україні практично функціонувало 120 комерційних банків, з них – 20 з іноземним капіталом (крім російського). Загальна величина активів усіх комерційних банків України складала приблизно 1,4 трлн. грн. або 58 млрд. дол. США, що є вкрай мало для забезпечення надійного кредитування українського бізнесу. Найбільший статутний капітал мають такі комерційні банки, як „ПриватБанк”, державний експортно-імпорتنний банк України, державний ощадний банк України та інші. Разом з тим, в стадії ліквідації знаходяться 64 комерційні банки, що свідчить про те, що банківська система України працює дуже нестабільно, що не сприяє розвитку підприємництва.

Особливо небезпечна ситуація склалася з курсом національної валюти. Стабільність національної валюти – першочергова задача будь-якої країни. Без цього забезпечити розвиток бізнесу просто неможливо. Якщо 2 вересня 1996 року курс гривні був визначений як $1\$ = 1,76$ грн, то на початок 2016 року цей курс склав $1\$ = 24$ грн, тобто девальвація гривні становила більше 13 разів. Це є суттєвою перешкодою для розвитку в Україні цивілізованого бізнесу.

Значні проблеми існують в Україні і в питаннях формування справедливої податкової системи. Тут доцільно дотримуватись загального правила, яке ще в 1748 році сформулював французький філософ Шарль Луї Монтеск'є в книзі „Про дух законів”. Він писав: „Загальне правило: чим більша свобода підданих, тим більше можна справляти з них податків; чим більше рабство, тим більше доводиться знижувати їх платежі. Так воно завжди було, і так завжди буде”.

На жаль, за 25 років існування незалежної України так і не вдалося створити справедливую податкову систему. В Україні ця система носить специфічний характер: більші податки платять бідніші люди, а менші податки – багаті. Намагання виправити таку ситуацію все ще не принесло жодних успіхів.

Аналогічна ситуація складається в Україні з іншими складовими інфраструктурних передумов формування цивілізованого бізнесу. Так, є певні напрацювання у створенні в Україні системи захисту конкуренції й обмеження монополізму, завдання якої – підтримувати в економіці певний рівень конкуренції між суб'єктами бізнесу, не допускати зловживань з боку монополій; стимулювати розвиток малого підприємництва тощо, але результати діяльності цієї структури дуже низькі.

Таким чином, можна стверджувати, що за роки незалежності в Україні проведена значна робота по формування передумов для розвитку бізнесу та підприємництва. Але остаточно ця задача ще не розв'язана і потребує значних зусиль з боку держави і суспільства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Шиян А. А. Управління формуванням ефективних економічних інститутів для України / А. А. Шиян, Л. О. Нікіфорова // Монографія. – Вінниця : ВНТУ, 2011. – 300 с.
2. Небава М. І. Формування соціальної відповідальності бізнесу в умовах глобалізації / М. І. Небава, І. М. Небава // Журнал «Механізм регулювання економіки» // Суми : СумДУ. – 2008. № 3, т. 1 – С. 167-172 .
3. Небава М.І. Тенденції розвитку малого бізнесу в умовах нового податкового кодексу / М. І. Небава // Журнал «Економіка та управління підприємствами» // Харків : 2011. т. 1-С, С. 87-89.
4. Небава Н.И. Место и роль социальности в социальной экономике. // М. І. Небава // Материалы Международной научной конференции // м. Тбилиси, 11-12 сентября, 2013 г., – С. 119-126.
5. Форд Г. Моя жизнь – мои достижения / Г. Форд // М.: «Финансы и статистика», 1989. – 206 с.

Автор: Козловський Володимир Олександрович, к.е.н., доцент, професор кафедри економіки підприємства та виробничого менеджменту Вінницького національного технічного університету, м. Вінниця, kozlovskiy.vk.vntu.edu.ua

Author: Kozlovskiy Volodymyr Oleksandr, k.e.n., associate professor, professor of department of economy of enterprise and production management of the Vinnytsya national technical university, m. Vinnytsya, V@vin.ua

ДОСЯГНЕННЯ СОЦІАЛЬНОЇ СПРАВЕДЛИВОСТІ ЯК ПРИНЦИПОВА ОСНОВА ЕФЕКТИВНОСТІ СОЦІАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ

Вінницький національний технічний університет, Факультет менеджменту

Анотація

У статті розглядається утвердження соціальної справедливості як принципової основи ефективності соціальної політики. Проаналізовано проблему вибору між ефективністю і справедливістю та на цій основі проведений аналіз сприйняття феномену справедливості та наведені різні моделі сприйняття соціальної справедливості. Обґрунтовується розширене сучасне трактування соціальної політики з врахуванням глобалізаційного чинника. Виявлено специфіку України з питання вибору між рівністю і справедливістю.

Ключові слова:

Соціальна політика, соціальна рівність, економічна ефективність, соціальна справедливість, сталий людський розвиток, модель соціальної справедливості, соціальні загрози, індекс людського розвитку, глобальний аспект соціальної політики.

Abstract

The article deals with social justice as the fundamental basis for effective social policy. The problem of choosing between efficiency and fairness, and on this basis the analysis of changes in the perception of the phenomenon of justice and perceptions are different models of social justice. Substantiates the interpretation advanced social policy in view of globalization factor. The specific question of Ukraine to choose between equality and fairness.

Keywords:

Social policy, social equity, economic efficiency, social justice and sustainable human development, a model of social justice and social threats, human development index, the global aspect of social policy.

Соціальна політика в сучасному цивілізованому світі не може розглядатися без тісного взаємозв'язку з глобальними змінами і глобальними викликами, від яких залежить загальний суспільний прогрес та загальнолюдська безпека. Глобальні проблеми розвитку, пов'язані із погіршенням стану довкілля, поглибленням нерівності, збереженням значних ризиків бідності й соціального відторгнення, соціальними та військовими конфліктами, поширенням тероризму, – неможливо розв'язати, не об'єднавши зусилля всього людства.

Україна, прагнучи інтегруватися до європейського простору та будуючи власну стратегію розвитку, має чітко усвідомлювати як національні можливості, так і зовнішні чинники впливу. Провідною ідеєю результативності соціальної політики має залишатися прагнення до встановлення соціальної справедливості в суспільстві та забезпечення сталого людського розвитку, який не погіршує умови та можливості для прийдешніх поколінь.

На сучасному етапі розвитку суспільства сутність державної соціальної політики трактується як діяльність держави щодо підтримання відносин між соціальними групами; створення умов для забезпечення добробуту та прийняттого рівня життя членів суспільства; забезпечення соціальних гарантій. Традиційні трактування соціальної політики полягають у її розумінні як частини внутрішньої політики держави, адже реальна соціальна політика визначається як властивостями певного історичного періоду, так і національно-культурними особливостями певного суспільства. Разом з тим, сучасні глобалізаційні тенденції, що набувають всеохопного та незворотного характеру [1], змінюють традиційні уявлення та сприйняття цінностей: міцнішою та ціннішою стає соціальна взаємодія, що є джерелом формування соціального капіталу, інакше розподіляється відповідальність. Змінюються у тому числі трактування базових соціальних понять, зокрема – соціальної політики, яка перестає бути замкненою національними кордонами.

Сучасне розуміння соціальної політики має розширювати горизонти традиційних загальних уявлень про соціальне життя, відбивати не лише внутрішні, а й зовнішні глобальні чинники соціального устрою, тенденцій людського розвитку та можливостей соціальної політики. Попри відмінності у трактуванні політики є дещо спільне у загальнолюдських уявленнях, що може слугувати чинником, здатним об'єднати міжнародні зусилля заради досягнення суспільного та спільного прогресу. Адже, як відомо, цілями цього тисячоліття міжнародною спільнотою (ООН) визначено досягнення основоположних соціальних цінностей та цілей: подолання бідності, забезпечення якісної освіти впродовж життя, зменшення дитячої смертності тощо. Водночас, одним з базових понять, що об'єднує всі історичні епохи і всю сучасну людську цивілізацію, є поняття справедливості як принципової основи соціальної політики.

Підкреслимо, що останнім часом у трактуванні соціальної політики починають переважати використання термінів соціальної рівності або нерівності, що вочевидь пов'язано з підвищенням уваги до проблематики соціальної справедливості, з актуалізацією цієї проблематики [2, с.9].

Справедливість з давніх часів є ідеалом суспільного життя і як базова цінність була притаманна майже всім релігіям і культурам. Заповідь, яка наказує ставитись до інших так, як хочеш, щоб ставились до тебе, є в буддизмі, ісламі, християнстві, іудаїзмі, конфуціанстві тощо.

Незважаючи на глобалізаційні процеси зближення основних загальнолюдських цінностей, що відбуваються у сучасному світі, можна виділити кілька суттєво відмінних моделей сприйняття справедливості. Зазвичай, усвідомлення витоків та особливостей формування уявлень про справедливість різних культур і народів уможливить розуміння причин успіхів або невдач соціальних політик у різних державах, а також допоможе використати їх переваги та уникнути соціальних негараздів.

У сприйнятті моделі справедливості традиційних східних цивілізацій переважають колективні цінності, які мають пріоритет над індивідуальними інтересами, при цьому людина асоціює себе з певним соціумом.

Модель соціальної справедливості у Японії значно відрізняється від європейської та американської. В Японії правильний розподіл і правильне виконання соціальної ролі має дуже велике значення. Для японців характерним є пошук відповідності між соціальною позицією та обов'язками, саме в цьому і виявляється та стверджується справедливість у суспільстві. Ще один аспект справедливості по-японськи полягає у доброчинності правління, заснованому на конфуціанстві: «Тому не існує розриву між правлячим класом та підвладним, між ними встановлюється справедливий соціальний обмін: правитель дає народу благо і отримує правління. Японський тип правління ґрунтується на взаємозалежності правлячих та підлеглих, тому розкішне життя правителя буде причиною втрати ним влади» [3].

Так, як і в Японії, у Китаї зміст соціальної справедливості спирається на ідеї конфуціанства (гармонічного розвитку на основі «великого єднання» та «великого добробуту», досягнення мрії про всеохопну рівність). При цьому егалітарна ідея поєднується з ідеєю соціальної ієрархії. Тобто, з давнини в Китаї вважали справедливим суспільство, яке поділяється на тих, хто працює і виробляє, і тих, хто керує та управляє. Кожен повинен добре виконувати свої обов'язки: держава має бути сильною та централізованою, чиновники мають забезпечувати порядок (зокрема, деяку економічну рівність). Соціальна рівність реалізувалася у тому, що всі сослів'я мали право на освіту. Критерієм соціального зростання особистості були здібності, грамотність, розум.

З розвитком промислового виробництва та виробничих відносин поняття справедливості дедалі більше розглядається в економічній площині, зокрема у західному економічному сприйнятті моделі соціальної справедливості. Воно стає базовим поняттям не лише філософії та права, а й економіки. В економічній теорії добробуту використовується концепція справедливості розподілу. Справедливість у сенсі безпристрастності також не є однозначною: справедливість може означати рівність, або те, що винагорода має відповідати здійсненому внеску чи заслугам, або навіть розрахунок на очікування, які мають виправдовуватись. Ілюструючи останнє на прикладі пенсії, аргументуємо, що справедливість як рівність має передбачати однаковий розмір пенсій; справедливість як відповідність винагороді за заслугами передбачає, що пенсія має бути більшою у людей, які виконували складнішу та відповідальнішу роботу; і справедливість як підтвердження очікувань означає, що люди мають отримувати ту пенсію, на яку вони були вправі розраховувати.

Виходячи з того, що позитивний розвиток сучасної економіки пов'язаний з використанням наявних ресурсів та розподілом результатів економічної діяльності, оптимізація економіки з точки

зору поступального соціального розвитку суспільства, на наш погляд, – це прагнення до ефективного використання ресурсів і справедливого розподілу отриманих результатів. Проте однозначно визначити критерій справедливості при цьому складно.

Якщо за основу обґрунтування критерію справедливості взяти теорію суспільного добробуту, то теоретичним критерієм справедливості умовно можна обрати один з критеріїв оцінки суспільного добробуту, зокрема Парето, який базується на уявленні про суспільний добробут як сумарний вектор добробуту окремих споживачів. При цьому добробут зростає, якщо зростає користь, отримана окремим споживачем, а користь решти членів суспільства принаймні не зменшується. Цей критерій відповідає теорії класичного лібералізму, у якій центральне місце посідають інтереси особистості. Відповідно до цієї теорії, кожна людина готова і здатна сама найбільш ефективно реалізувати свої таланти. Суспільство у даному випадку трактується як сукупність таких людей (індивідів), а добротне суспільство – це те, яке не заважає людям вільно реалізовувати свої приватні інтереси. Уряди ж при цьому створені людьми для захисту прав (передусім – права приватної власності). Рівність у ліберальному суспільстві – це рівність можливостей, а не результатів. Справедливість встановлюється ринковими законами, а ефективність розуміється як Парето-ефективність, тобто ресурси дісталися тим особам, які можуть сплатити за них більшу ціну, і як наслідок, більш раціонально їх використати.

Інша теорія – егалітаризм – передбачає, що всі члени суспільства повинні мати не лише рівні можливості, а й рівні результати. Цим досягається єднання та згуртованість суспільства. Згідно з егалітарним принципом, справедливим є лише рівний розподіл користі між членами суспільства: тільки будь-який рівний розподіл є кращим, ніж нерівний. Уряди мають прагнути, щоб всі члени суспільства отримували рівні блага. Різновидом егалітаризму є теорія Дж. Роулза, на думку якого має бути максимізована користь для найбільш нужденних членів суспільства, від чого виграш отримає все суспільство. Отже, критерій Роулза полягає у дотриманні двох принципів: всі члени суспільства повинні мати рівні права та свободи; суспільство має приймати рішення, виходячи з інтересів найменш забезпечених груп населення.

В той же час, вибір оптимальної моделі взаємодії між рівністю та соціальною справедливістю передбачає, що перед будь-якою економічною системою стоїть проблема вибору між ринковим розподілом доходів, який коригується державою, або ж державним розподілом доходів, який коригується ринком.

Прагнення до досягнення рівності шляхом перерозподілу доходів, як правило, асоціюється зі справедливістю, але майже завжди призводить та супроводжується падінням саме економічної ефективності. Така ситуація призводить до падіння економічної активності і доходності заможних (оскільки велику частину їхнього доходу держава вилучає у вигляді податку), і доходності бідних (втрачається стимул до праці, оскільки є можливість жити за рахунок допомоги).

Навпроти, нерівність у доходах забезпечує економічну ефективність, але супроводжується соціальною несправедливістю та майновою диференціацією населення. Аргументом на користь нерівності доходів є необхідність збереження стимулів до праці, виробництва продукції та отримання доходів [4-9]. Водночас, сам перерозподіл коштує доволі дорого, адже утримання податкової системи є для суспільства більш витратним, ніж сума сплачених податків. Тут доречно нагадати висновок А. Оукена, що намагання збільшити доходи бідних за рахунок більш високого оподаткування багатих негативно впливає на економічну ефективність.

Таким чином, вибір між рівністю та нерівністю, зазвичай, перетворюється у вибір між соціальною справедливістю та економічною ефективністю. І замість альтернативи, на наш погляд, напевно, має бути оптимальним варіантом – досягнення між ними компромісу.

Характеризуючи європейську модель сприйняття справедливості її можна розділити на кілька варіантів: скандинавську, яка характеризується високим рівнем видатків на соціальний захист, значним податковим втручанням, високою роллю профспілок та найбільш повною реалізацією принципу соціальної рівності; континентальну, що базується на соціальному страхуванні та системі пенсій і у якій домінує принцип професійної солідарності; середземноморську – із «перекосом» у бік пенсійного забезпечення і відносно невеликих сімейних допомог та допомог із безробіття. Скандинавська модель забезпечує високий рівень зайнятості та низькі ризики бідності, у ній найкраще поєднано ефективність і справедливість. Очевидно, саме тому країни північної Європи продовжують посідати чільні місця у світі за Індексом людського розвитку.

Намагання балансування між інтересами приватного бізнесу, держави та суспільства стали своєрідною «візитною карткою» Європи. «Соціальна ринкова економіка» як втілення європейського сприйняття поєднання економічної ефективності та соціальної справедливості найбільшою мірою може служити взірцем для країн, що розвиваються. Хоча неоліберальні ідеї з прагненням до скорочення соціальних видатків стають дедалі більш популярними в Україні.

Американська (англосаксонська) модель справедливості будується на ідеї рівності можливостей. Соціально-економічний розвиток Сполучених Штатів заохочує свободу підприємницької діяльності та створює умови для збагачення найбільш активної частини населення. Взаємозв'язок економічного і соціального життя базується на високій продуктивності праці та масовій орієнтації на досягнення особистого успіху. Втручання в економіку з боку держави є незначним, а придатний рівень добробуту малозабезпечених груп досягається за рахунок перерозподілу частини національного доходу і податкових функцій. Рівень перерозподілу ВВП через державний бюджет є невеликим (у порівнянні з європейськими країнами) – менш ніж 17-18% через федеральний бюджет і близько 30% – через консолідований.

Проте, поряд з високим рівнем добробуту, у США існують серйозні проблеми бідності та нерівності. Основними напрямками соціальної політики, спрямованої на подолання цих проблем, є:

- трансфери для виплати допомоги найбільш нужденним, інвалідам та безробітним;
- програма соціального забезпечення «Медикер», яка є державним страхуванням на випадок хвороби і надає безкоштовну медичну допомогу;
- перерозподіл доходів шляхом державного втручання у ринкове ціноутворення (встановлення цін на продукцію фермерських господарств);
- встановлення мінімальної заробітної плати.

Важливою теоретичною основою для розуміння впливу держави на економічне і соціальне життя можна назвати «теорію суспільного вибору» Дж. Бьюкенена, сутність якої полягає у вивченні способів та методів, завдяки яким люди використовують урядові заклади в своїх цілях. Основний висновок прибічників теорії суспільного вибору – держава має виконувати охоронні функції і не брати участь у господарській діяльності.

Теорія суспільного вибору не дає універсальних засобів для соціальної політики. Цінність її полягає у тому, щоб застерегти суспільство від надмірного розширення економічної ролі держави та перебільшення довіри до результатів голосування у парламенті. Ця теорія показує, що спроби урядових органів усунути вади ринку не завжди дають позитивні результати. Одна з причин цього – адміністративна неефективність державних органів та неприйняття ними конкуренції. Друга полягає у тому, що влада часто використовує механізм лобізму. Прихильники теорії суспільного вибору показали, що не можна довіряти результатам голосування, оскільки вони значною мірою залежать від регламенту прийняття рішень. Парадокс голосування (так званий парадокс Кондорсе) – протиріччя, яке виникає внаслідок того, що голосування на основі принципу більшості не забезпечує виявлення дійсних інтересів суспільства відносно економічних благ.

Тому будь-які політичні рішення в ідеалі необхідно оцінювати з точки зору їх впливу на основні групи суспільства. Це питання є надто важливим і актуальним для України, де яскраво проявлені обидві вади способів прийняття рішень: адміністративна неефективність і використання лобізму як способу об'єднання з представниками влади для проведення певної економічної політики. В обмін на фінансові ресурси або голоси виборців політик забезпечує проведення у життя конкретних урядових програм в інтересах певної групи.

«На жаль, доводиться констатувати, що сьогодні у суспільній думці склалася прихована негативна оцінка лобізму, адже це явище асоціюється з корупцією, «тіньовою» політикою та адмініструванням. Такий стан справ пояснюється тим, що за умов гіпертрофованої регуляції підприємництва з боку держави в Україні сформувався та домінує тип взаємодії бізнесменів та політиків, який за суттю є «тіньовим». Він характеризується безпосередніми контактами суб'єктів лобізму, непрозорістю, кулуарністю прийняття рішень, наслідком яких є надання привілеїв фінансовим або бізнес-структурам часто на шкоду національним інтересам України. Таке лобіювання на практиці дуже складно відрізнити від корупції, воно шкодить не лише українській економіці, але й створює негативний імідж нашої країни в очах світового співтовариства» [10].

Отже, вади обох підходів – «ринкової справедливості» і «справедливості соціальної держави» полягають в їх недосконалоості: ринок не завжди вільний, а держава не завжди є виразником цінностей суспільства. Прикро, але досконала теорія обох підходів не завжди дає очікувані

результати на практиці, а пошук балансу між справедливістю та ефективністю триває і далі. Тому мова має йти не про обов'язковий вибір між двома альтернативними теоріями, а про пошук балансу між свободою та регулюванням. У зв'язку з цим, оцінка соціальної політики має бути адекватна оцінці відповідно до обраних критеріїв соціальної справедливості, прогнозування наслідків цих змін та напрацювання альтернативних заходів щодо попередження можливих загроз та підтримування соціального балансу.

Незважаючи на існування достатньо чітко викладених теорій суспільного добробуту, нібито здатних забезпечити справедливість, у них майже не йдеться про справедливість у глобальному масштабі та справедливість між поколіннями. Адже раціональний та справедливий розподіл результатів між членами суспільства, а також ефективне використання ресурсів не передбачають збереження ресурсів для майбутніх поколінь людей. У більшості випадків сучасні критерії успіху як окремої особистості, так і держави в цілому є неадекватними та неприродними з точки зору забезпечення сталого розвитку [2, с. 17].

Зауважимо, що у XX столітті у взаємодії природи і суспільства настала нова ера, коли вплив людини на природне середовище різко зріс. Антропогенне забруднення атмосфери призводить до глобальних незворотних змін довкілля: знищення запасів чистої води, зміни у повітряній оболонці, знищення лісів та забрудненні ґрунтів, зміна клімату.

Ці зміни є наслідком стрімкого розвитку «суспільств споживання» і перетворення гіпертрофованого споживання у найвищу життєву цінність. Взірцем стали ті люди та країни, які досягли найвищого рівня споживання у суто матеріальному сенсі, найбільше вражають досягнення у накопиченні максимальної кількості благ. Те, що темпи економічного зростання постають метою розвитку, є пагубним і для розвитку окремих націй, і для цивілізації в цілому. Вісім найбільш розвинених країн споживають понад половину природних ресурсів Землі та викидають в атмосферу 2/5 забруднень. Модель «понадспоживання» глибоко вкорінилася у західному суспільстві, особливо у Сполучених Штатах Америки, які, маючи шість відсотків населення планети, споживають непропорційно високу частку світових природних та енергетичних ресурсів.

Нарешті сьогодні людство почало усвідомлювати реальну загрозу глобальної екологічної катастрофи, однією з головних причин якої є панівна ціннісна парадигма, орієнтована на нестримне зростання матеріального споживання на основі використання природних ресурсів. У зв'язку з цим, єдино вірними сьогодні видаються концепції, спрямовані на збереження рівноваги між людиною та довкіллям [2, с. 19]. А це означає скорочення споживання, а центральним завданням розвитку має бути більш збалансований перерозподіл ресурсів. Це потребуватиме скорочення споживання найбільших споживачів, що може знизити їхній рівень життя у сенсі обсягів фізичного споживання, але дасть можливість покращити якість життя індивіду, сім'ї та суспільства. Необхідне скорочення споживання може бути частково досягнуто за допомогою реформ у системі виробництва та використання технологій: максимальної переробки відходів та мінімального забруднення довкілля. Очевидно сьогодні для виживання людства необхідно закласти нові ціннісні орієнтири, спрямовані не на безрозсудне споживання, а на обмеження матеріальних потреб, на питання сталого людського розвитку та справедливості [11,12]. Людський розвиток має будуватися на спільному використанні природних ресурсів та вимагає розв'язання проблеми сталості – на місцевому, регіональному та глобальних рівнях, який є справедливим, і таким, що розширює права та можливості людей.

Об'єктивне врахування глобального аспекту соціальної справедливості приводить до нового трактування соціальної політики, яку частіше сприймали як державну. Останнім часом набувають актуальності ширші її трактування з включенням та розглядом наднаціонального аспекту соціального розвитку. Таке новітнє та всеохопне явище сучасної історії, як глобалізація, змінює уявлення щодо багатьох суспільних категорій, у тому числі і соціальної політики, яка перестає бути замкненою національними кордонами. З'являються нові виклики для соціальної політики у глобалізованому світі та нові можливості відповідей на них [13]. На сьогоднішній день розрив між бідними та багатими у світі досягнув небувалої величини, що безперечно свідчить про несправедливий розподіл ресурсів між різними групами населення, різними народами та країнами. За оцінкою Е. Райнерта, половина населення Землі сьогодні має дохід менше, ніж 2 дол. на день. Основною причиною такої ситуації він називає штучне поширення переконання, що «економіка без кордонів» є суспільним благом. Ця думка лежить в основі ідеології Міжнародного валютного

фонду, Світового Банку, міжнародних фінансових організацій. Проте цей шлях не виправдав себе у багатьох випадках: «Сьогодні ціла прірва відділяє реальність країн третього світу від світових фінансових організацій. Замість гармонії, яку пророкували прибічники ідеї світового порядку, ми бачимо голод, війни та ознаки екологічної катастрофи [14, с. 19]».

Отже, прагнучи європейської інтеграції та включаючись у глобалізаційні процеси, необхідно мати на увазі, що побудова дійсно демократичного суспільства з реальним втіленням принципів соціальної справедливості не може бути досягнута автоматично шляхом зміни панівного керівного режиму. Потрібна наполеглива трудомістка праця з реформування соціально-економічних відносин, створення державних інститутів, перетворення свідомості.

Реалії сьогодення потребують пошуку шляхів пом'якшення соціальних загроз, які також мають бути реалізовані у глобальному масштабі [15].

Сьогодні дедалі більшу роль у світі відіграють такі міжнародні організації, як ООН, ЄС та ін. Вони мають власні бюджети та кошти для реалізації власної політики; документи та рішення, ухвалені на міжнародному рівні, стають первісними щодо рішень, прийнятих на національному рівні; окремі держави втрачають безперечну самостійність у питаннях управління соціальними процесами; відбувається конвергенція соціальних інститутів.

Ідеологія соціальної справедливості «по-європейськи» намагається поєднати прагнення до економічного зростання з сильним соціальним захистом. У 2002 році на Барселонському засіданні ЄС була зроблена спроба досягти домовленості щодо її формулювання: «Європейська соціальна модель спирається на добрі економічні досягнення, високий рівень соціальної захищеності, високий рівень освіти та соціальний діалог» [16, с. 12].

У більшості європейських країн у процесі розроблення та прийняття законів у соціальній сфері відповідним чином враховується можливий суспільний резонанс від дій влади, зокрема, чи відповідають закони принципам соціальної справедливості, адже від цього залежить як суспільно-політична стабільність, так і економічна ефективність.

При всій суперечливості у співвідношенні рівності та справедливості, можна виділити принаймні дві форми справедливої рівності: рівність перед законом і рівність можливостей. З погляду на поняття рівності можливостей, необхідно визнати, що соціально справедливим є забезпечення можливостей гідної зайнятості для економічно активного населення, рівного доступу населення до освіти й охорони здоров'я, соціальна підтримка соціально вразливих осіб.

Задля досягнення соціальної справедливості не обов'язково відмовлятися від ринкових відносин з одного боку, та не можна цілком покладатись на «ефективність» вільного ринку, з іншого боку. Важливо задати ринку розумні параметри розподілу ресурсів (зокрема власності), запровадити прогресивне оподаткування на кінцеві доходи економічних суб'єктів. Результатом цього, на нашу думку, має стати оптимальне використання ресурсів та досягнення бажаної для суспільства соціальної справедливості.

Україна у питанні вибору між рівністю та справедливістю на початку 1990-х років основою національної економічної політики обрала неоліберальна модель. Провідного значення набули ідеї свободи за взірцем західної демократії. Водночас, на жаль, задекларовані прагнення до побудови соціальної держави та досягнення справедливості не були підкріплені реальними діями протягом понад двох десятиліть.

Сьогодні українське суспільство вкрай гостро переживає соціальну несправедливість і нерівність. За даними Інституту соціології НАН України, 86% українців вважають нерівність суттєвою. Для більшості опитаних вихід із ситуації є можливим за умови посилення державного впливу на економіку та перерозподіл соціальних благ; 60% вважає, що уряд зобов'язаний наскільки можливо вирівнювати доходи людей, а 70% виступає за те, щоб уряд контролював зарплати, ціни та доходи [2, с.23].

Міру соціальної справедливості також можна визначити через характеристики нерівності, соціальної захищеності, бідності, доступу до соціальних послуг, рівня суспільної довіри і свободи, корумпованості суспільства. Щодо нинішньої ситуації в Україні, можна сказати, що проблема, як і у перші роки після здобуття незалежності, полягає у відсутності в Україні реальних ознак покращення ситуації. За результатами міжнародних порівнянь за 2015 рік за Індексом людського розвитку Україна посідає 81 місце у світі, за показником ВВП на душу населення – 106 місце, за середньою тривалістю життя – 113 місце. Головним гаслом HDR-2015 залишається робота задля людського розвитку [17].

Задеклароване прагнення до рівності поєднується з можливостями існування тіньової економіки: заможні приховують доходи, щоб не сплачувати податки, а бідні приховують доходи, щоб мати право на отримання державної допомоги. В результаті продукується нерівність і навіть поляризація суспільства без досягнення економічної ефективності. До того ж, основний податковий тягар в Україні припадає на бідну частину населення, що є ще одним проявом соціальної несправедливості. Отже, для українського суспільства мова в першу чергу має йти про соціальну справедливість як рівність перед законом. Цю тезу підтверджують дані опитувань населення. Наприклад, за результатами опитування фонду «Демократичні ініціативи» та Центру Разумкова, у тому, що закон однаковий для всіх і всі рівні перед законом, переконані лише 3% опитаних українців. Гроші керують законом, і він на боці тих, у кого вони є – так вважає 82% респондентів. Окрім грошей, перевагу над законами ще має владний показник. На думку українських громадян, сила влади переважає силу закону [18].

Значну загрозу стабільному та сталому людському розвитку створює корупція, посилюючи соціальну нерівність. Наслідками корупції стають:

- бюджетна криза, яка формується внаслідок скорочення сплати податків, відволікання коштів від забезпечення виконання державних соціальних зобов'язань, що призводить до неспроможності влади забезпечувати сталий соціальний розвиток;
- загострення соціальної нерівності, зокрема через те, що учасники корупційних схем отримують вигоди за рахунок державного бюджету або привілеїв, які недоступні іншим;
- дискредитація права та поширення правового нігілізму; закон перестає бути основним інструментом регулювання суспільних відносин;
- поширення організованої злочинності та корумпованість правоохоронних органів.

Оцінюючи чинники несправедливості в українському суспільстві, можна відмітити такі основні їх прояви.

- Погано працюють соціальні ліфти. Це означає, що багато громадян не можуть повною мірою реалізувати свої професійні знання, знайти гідну роботу. Недостатньо реалізується потенціал людей, які мають менші здібності або обмежені фізичні можливості, тих, кому важко долучитись до стандартних умов праці та трудових відносин.

- Існує надмірна диференціація доходів. Диференціація доходів в Україні суттєво вища, ніж у Європі. Певний ступінь диференціації є природним для зрілої ринкової економіки, проте надмірний розрив сприймається як несправедливість і слугує джерелом соціальної напруженості.

- Незважаючи на зростання бюджетного фінансування освіти і охорони здоров'я, зберігається низька якість послуг і подекуди – обмежена доступність. Соціальна підтримка є недостатньо адресною, отже недостатньо справедливою, оскільки значна частина коштів соціальних програм потрапляє до небідного населення.

Останнім часом соціальна політика в Україні направлена на зменшення диференціації у доходах громадян, посилення справедливості, доступності та адресності системи соціального захисту людини та підвищення рівня державних соціальних стандартів і гарантій. Саме на ці пріоритети 2016 року націлена робота Мінсоцполітики України. У поточному році відбуватиметься, за словами П. Розенка, подальша децентралізація державної влади у сфері соціальної політики та розширення повноважень місцевого самоврядування щодо впровадження соціальної політики, реформуванням трудового законодавства та системи пенсійного забезпечення, створення Національного агентства зайнятості та реформування системи соціальних послуг загалом [19].

У Державному бюджеті України на 2016 рік заплановане підвищення мінімальних соціальних стандартів двічі протягом року. Загалом планується, що мінімальні зарплати, пенсії та інші соціальні виплати зростуть на 12%. Протягом 2015 року вдалося скасувати пільги усім народним депутатам, міністрам, суддям, прокурорам та іншим чиновникам. 3 липня 2015 року пільги майже трьом мільйонам громадян надаються виключно з урахуванням доходу, а з червня скасовано спецпенсії чиновникам, а призначення всіх видів пенсій відбувається для всіх за нормами єдиного закону. Очевидно ці останні та інші послідовні кроки у проведенні соціальної політики суттєво уможливають позитивні зміни з точки зору ствердження та зміцнення в українському суспільстві соціальної справедливості, досягнення якої є принциповою основою ефективності національної соціальної політики.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Козловський В. О. Глобалізація світової економіки: сутність, принципи, наслідки / В. О. Козловський // Соціально-економічний розвиток України в умовах світової фінансової нестабільності. Зб. матеріалів Всеукраїнської науково-практичної конференції з міжнародною участю, м. Вінниця, 9 квітня 2014 р. – Тернопіль, Крок. – 2014. – С. 217-220.
2. Макарова О. В. Соціальна політика в Україні: Монографія / О. В. Макарова ; Ін-т демографії та соціальних досліджень ім. М. В. Птухи НАН України. – К., 2015. – 244 с.
3. Хорікава А. Соціальна справедливість з точки зору японців [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ecsocman.hse.ru>.
4. Нікіфорова Л. О. Інституціональні особливості мотиваційних важелів в економіці України: порівняння із розвиненими країнами / Л. О. Нікіфорова // Вісник Дніпропетровського університету. Сер.: Економіка, № 22, вип. 8 (2). – 2014. – С. 78-83.
5. Азарова А. О. Математичні моделі та методи управління мотивацією персоналу. / А. О. Азарова, О. А. Ковальчук // Монографія. – ВНТУ. – 2014. – 234 с.
6. Ткачук Л. М. Мотивація праці як визначальний чинник ефективного управління персоналом / Л. М. Ткачук, Т. К. Калугаряну // Соціально-економічні реформи в контексті інтеграційного вибору України : матеріали VIII Міжнар. наук.-практ. конф., 29-30 лист. 2012 р. : В 2 т. – К.-Д. : Біла К.О., 2012. – С. 89-91.
7. Ткачук Л. М. Історичні етапи становлення та сучасні тенденції розвитку управління якістю / Л. М. Ткачук // Тенденції управління фінансовими та інноваційними процесами в умовах ринкових перетворень: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. – Вінниця, ВНТУ, 2012. – С. 242-244.
8. Козловський В. О. Теоретичні аспекти розвитку підприємництва в Україні / В. О. Козловський // Проблеми та перспективи розвитку національних економік в сучасних умовах. Збірник матеріалів Всеукраїнської науково-практичної конференції з міжнародною участю, м. Вінниця, 9 квітня 2013 р. – Тернопіль, Крок. – 2013. – С. 170-173.
9. Нікіфорова Л. О. Системний аналіз основних проблем розвитку трудових ресурсів в Україні / Л. О. Нікіфорова, В. О. Крилов // Економічний простір. Дніпропетровськ, ПДАБА. – № 60. С. 36-39.
10. Зушик Ю. Лоббизм в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ucipr.kiev.ua/publications/lobbizm-v-ukraine-chastina-i/lang/video.google.com>.
11. Ткачук Л. М. Організаційно-правові аспекти державного управління регіональним розвитком / Л. М. Ткачук, Т. К. Калугаряну // Ефективна економіка. – 2012. – № 12. – [Електронний ресурс]. Режим доступу : <http://www.economy.nayka.com.ua>.
12. Нікіфорова Л. О. Модель та метод управління інформаційною безпекою соціальних груп під час впровадження другого рівня пенсійної реформи в Україні // Л. О. Нікіфорова, Ю. Є. Яремчук, А. А. Шиян // Безпека інформації. Т. 20, № 3. – 2014. С. 300-305.
13. Небава М. І. Нові прояви бідності в Україні / М. І. Небава, І. Ю. Пилипчук // Materials of the XI International scientific and practical conference, «Modern European sciences», – 2015. Volume 3. Economic science. Governance. Political science. 2015. – С.62-64.
14. Райнерт Э. С. Как богатые страны стали богатыми, и почему бедные страны остаются бедными / Э. С. Райнерт / . – М., 2014. – 230 с.
15. Нерівність в Україні: масштаби та можливості впливу / за ред. Е. М. Лібанової. – К.: Ін-т демографії та соціальних досліджень імені М. В. Птухи НАН України, 2012. – 404 с.
16. Витте Л. Европейская социальная модель и социальная сплоченность: Какую роль играет ЕС? // Европейская политика. – 2004. – № 12. – С. 12.
17. Праця задля людського розвитку: Україна 2015 / Лібанова Е. М., Інститут демографії та соціальних досліджень імені М.В.Птухи НАН України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: C:\Documents and Settings\Administrator\Local Settings\Temporary Internet Files\Content.IE5\L2MTW8ZU\Libanova_report_human_development_Ukraine_2015[1].pdf. – Назва з екрану.
18. Вибори-2012: рейтинги, мотивація вибору, завдання громадськості // Фонд «Демократичні ініціативи» імені Ілька Кучеріва [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://dif.org.ua/publications/press-relizy/vybory_parlament_reytyngy_2012.htm. – Назва з екрану.
19. Основні пріоритети Мінсоцполітики на наступний 2016 рік / Павло Розенко / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.mlsp.gov.ua/labour/control/uk/publish/article?art>. – Назва з екрану.

Небава Микола Іванович, к.е.н., професор, декан факультету менеджменту Вінницького національного технічного університету, м. Вінниця

nebava@vntu.edu.ua

РЕКЛАМА В ПОБУТІ ТА БІЗНЕСІ

Вінницький національний технічний університет

Анотації

Розглянута сутність реклами в нашому житті, як зі сторони звичайного споживача, так і зі сторони підприємця, визначені види реклами, її мета і ефективність, наведена певна статистика, обґрунтована ставленням українських споживачів до реклами.

Ключові слова: Реклама, маркетинг, інформація, бізнес, підприємці, споживачі

Abstract

It's considered an essence of advertising in our lives, from both consumer's and entrepreneur's views, determined kinds of advertising, its aim and efficiency, given some statistics, given an attitude of Ukrainian consumers to advertisements.

Key words: Advertising, marketing, information, business, entrepreneurs, consumers

Реклама проникла в усі сфери нашого життя. Реклама (лат. *reclamare* — «поновлювати крик, знову кричати, кликати, голосно заперечувати») - інформація про особу чи товар, розповсюджена в будь-якій формі та в будь-який спосіб і призначена сформувати або підтримати обізнаність споживачів реклами та їх інтерес щодо особи чи товару[1]. Реклама з'явилася тоді, коли з'явилися товари, продавці і покупці, з тих часів і пішла назва визначення: Щоб продати товар, необхідно було залучити покупця, а зробити це в ті давні часи можна було тільки голосом, тобто треба було кричати, вигукувати, кликати до натовпу, щоб звернути на себе і, відповідно, на свій товар увагу. Реклама сприяє реалізації товарів, процесу перетворення товару у гроші, породжує попит і ринок, управляє ринковим продажем. [2]Аналізуючи рекламні кампанії, в залежності від об'єкту рекламування було виявлено 2 види реклами:

-Реклама товару (товарна реклама);

-Реклама з митою створення іміджу, престижу фірми (престижна реклама)

Головним завданням товарної реклами є формування і стимулювання збуту товарів. Товарна реклама здійснює пропаганду товару, інформує покупця про переваги якості, збуджує зацікавленість до товарів. Головним завданням престижної реклами є представлення переваг фірми, її привабливих рис, здоров'я до неї. Престижна реклама підкреслює турботу фірми-виробника про споживачів, навколишніх середовищ, підвищення благополуччя та добробуту населення, виготовлення якісних та унікальних товарів, формування у споживачів позитивної думки як про надійного партнера, солідного, високо професійного постачальника, намагається створити приємний образ фірми.

Більшість науковців схильні поділяти рекламу на пряму і приховану.[3] Пряма реклами здійснюється на комерційних умовах і указує рекламодавця, виконуючи безпосередньо рекламну функцію щодо конкурентного товару або фірми. Це саме той вид реклами, до якого ми звикли і з яким зустрічаємось кожного дня. Прихована реклама виконує функцію рекламування не прямо лінійно, а у прихованій рекламній кампанії, в завуальованій формі, не використовуючи прямих каналів розповсюдження рекламних засобів і не вказує рекламодавця. Тобто публікується (або транслюється) поза розділом «Реклама» і без позначки «На правах реклами». Таким чином, читачі (глядачі) не підозрюють, що їм пропонується рекламний матеріал, а отже сприймають його з більшою довірою. Як показує досвід, завдяки саме цьому виду реклами можна досягти максимального охоплення цільової аудиторії і залучення потенційних клієнтів. Більше того, вдалі дії в області непрямой реклами дозволяють отримати набагато більше місця в пресі, часу в ефірі під виглядом статей, репортажів відгуків від звичайних людей.

Реклама як і в бізнесі, так і у житті звичайних громадян відіграє роль інформатора, яка у випадку з бізнесом є ключовою.[4] У бізнесі основна мета реклами - інформаційна. Завдання реклами - розповідь ринку про нової продукції або нові послуги, що існують в ньому. В умовах сучасного ринку, коли присутня висока конкуренція і кожен продавець прагне максимально задовольнити

потреби покупця, реклама може бути вирішальним фактором конкурентної боротьби. Для досягнення найбільшого успіху в своїй діяльності, представникам малого бізнесу просто необхідно враховувати такий інструмент маркетингу як реклама. Керівництво підприємств часто недооцінює силу реклами або скупляться на розробку і проведення ефективних рекламних кампаній, що, звичайно, позначається на ефективності комерційної діяльності. Виходячи з особливостей малого бізнесу - обмеженого сектора цільової аудиторії і невеликого обороту грошових коштів, різні рекламні кампанії для малих підприємств, як правило, проводяться хаотично, від випадку до випадку, без проведення дослідження ринку, цільових аудиторій, масштабного аналізу використовуваних засобів реклами. Нерідко вони прибігають до них у крайніх випадках як до "швидкої допомоги" і чекають негайних позитивних результатів. Такий "кавалерійський" підхід важко назвати рекламою в сучасному сенсі слова, і він навряд чи може принести очікувані "плоди" у вигляді збільшення збуту продукції або послуг. Небажання витратити кошти та зусилля на рекламу, ймовірно, криється і в нерозумінні ролі та місця реклами у ринковій діяльності.

Розглянемо тих, на кого реклама спрямована-споживачів. Серед них реклама має як своїх "друзів", так і "ворогів". "Вороги" реклами аргументують свою позицію так: реклама спотворює сутність ринку, бо в ідеалі, ринок - це змагання саме якості товарів чи послуг. А за допомогою реклами змагаються "казки" про їх якість. У більшості ж випадків реклама виступає як надзвичайне благо. Дуже рідко можна почути про те, що реклама може нанести якусь шкоду споживачу. "Друзі" реклами наполягають на тому, що реклама — не необхідний елемент ринку і підкреслюють, що основною функцією реклами є інформування споживачів про наявність, властивості і призначення товарів. Однак, впродовж останніх кількох років ця функція реклами істотно змінилась. Тепер основною функцією можна вважати створення штучного попиту на різноманітні нові товари, які частіше за все виявляються товарами сумнівної якості. Виникла ж подібна проблема в зв'язку з прискореним процесом відновлення товарів. У такій ситуації реклама не лише не може, вона просто не здатна належним чином виконати покладені на неї функції стороннього інформування, а отже в умовах, що склалися на сьогодні вона змушена займатися дезінформацією.

[5]Щодо ставлення українського населення до реклами, то останнє опитування дозволило виявити наступне:

- 19,3% відчують потребу в рекламі; 75,3% такої потреби не відчують;
- 17,9% повністю або частково довіряють рекламі; не довіряють взагалі - 50,2%;
- 18,8% позитивно ставляться до телереклами; 45,9% - негативно;
- 19,6% позитивно ставляться до радіо-реклами; 20,3% - негативно;
- 34,7% позитивно ставляться до реклами в пресі і лише 12,9% негативно;
- 26,0% позитивно ставляться до рекламних білбордів; 26,0% негативно.

Найбільш позитивно українці ставляться до реклами в пресі, тому що подібна реклама нікому нічого не нав'язує, на неї звертає увагу лише той, кому вона дійсно потрібна, на відміну від телереклами. Треба також додати, що населення України, не зважаючи на усі манипуляційні прийоми, доволі спокійно ставиться до самого факту існування реклами, більшість вважає за потрібне переглянути засоби подачі рекламної інформації.

Отже, як ми бачимо, реклама в нашому повсякденному житті є звичним явищем, з яким ми весь час стикаємось і без чого не уявляємо себе. Реклама присутня всюди. Проте, вона повинна бути ефективна, правдива, не набридати споживачам і справді доносити потрібну нам і цікаву інформацію. Адже, хто володіє інформацією – той володіє світом.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Козловський В.О. Основи підприємництва. Курс лекцій. Част. 1. – Вінниця: ВНТУ, 2005. – 196 с.
2. Козловський В.О., Лесько О.Й. Бізнес-планування. Навчальний посібник. Видання 2-е, доповн. та переробл. – Вінниця: УНІВЕРСУМ-Вінниця, 2008.-241 с.
3. Козловський В.О. Інноваційний менеджмент. Навчальний посібник. – Вінниця: ВНТУ 2007.-210 с.
4. Козловський В.О. Підприємницька праця. Посібник. – Вінниця: 1997. – 304 с.
5. Вплив реклами на свідомість споживачів / Турзаєва Ю.С., Стецура Л.Г. / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/12_EN_2008/Economics/31151.doc.htm - Назва з екрану.

Автор: Левченко Дмитро Олександрович,

*студент групи МОв-14(б) Вінницького національного технічного університету, м. Вінниця,
dlevchenko@me.com*

Науковий керівник: *Козловський Володимир Олександрович*, к.е.н., доцент кафедри економічного підприємства та виробничого менеджменту Вінницького національного технічного університету, м. Вінниця

Author: *Dmytro Levchenko*, group МОв-14(б), Vinnytsia National Technical University, Vinnytsya, dlevchenko@me.com

Supervisor: *Vladimir Kozlovsky*,

Ph.D., assistant professor of economic enterprises and production menedzhent, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsya,

СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМКИ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ ЗА СУЧАСНИХ УМОВ

¹Вінницький національний технічний університет

Анотація

В статті обґрунтовано необхідність стратегічного управління конкурентоспроможністю підприємства, вказано на необхідність формування стійких конкурентних переваг. Визначено основні стратегічні напрямки формування конкурентних переваг за сучасних умов: інноваційно-інформаційний розвиток, формування людського та інтелектуального капіталу, реінжиніринг бізнес-процесів підприємства.

Ключові слова: стратегічне управління, стратегічний набір, конкурентоспроможність, стійкі конкурентні переваги, людський капітал, інтелектуальний капітал, інноваційна стратегія, реінжиніринг бізнес-процесів.

Abstract

In the article the necessities of strategic management of enterprise competitiveness and the necessities of forming a sustainable competitive advantage are substantiated. The main strategic issues of forming a competitive advantage under contemporary conditions are determined. This is innovative and information development, formation of human and intellectual capital, reengineering business processes.

Keywords: strategic management, strategic recruitment, competitiveness, sustainable competitive advantage, human capital, intellectual capital, innovation strategy, reengineering business processes.

Вступ

Посилення процесів глобалізації та інтеграції в економічному геопросторі змінюють умови господарювання підприємств, якісно модифікуючи конкурентні механізми на глобальних і національних ринках. З одного боку, для вітчизняних підприємств відкриваються нові можливості, що реалізуються через доступ до нових ринків збуту, через задоволення нових потреб і смаків споживачів; з іншого – жорстка конкурентна боротьба вимагає від підприємств забезпечення постійного зростання їх конкурентоспроможності. Для вітчизняних промислових підприємств гостро постає питання пошуку потенційних можливостей для підвищення ефективності своєї діяльності та формування стратегічних пріоритетів їх конкурентоспроможного розвитку.

Метою дослідження є визначення стратегічних напрямків формування конкурентних переваг вітчизняних промислових підприємств за сучасних умов господарювання.

В економічній теорії та практиці проблема формування конкурентоспроможності на всіх рівнях управління є однією з ключових. Цим пояснюється підвищена увага науковців щодо її дослідження. Основні підходи до вивчення конкуренції та конкурентоспроможності закладені в працях А. Сміта, Д. Рікардо, К. Маркса, Дж. Мілля, А. Маршалла, Дж. Робінсона, Е. Чемберліна та інших вчених. Значний внесок в дослідження питань конкурентоспроможності господарюючих суб'єктів, підвищення її рівня та формування відповідних конкурентних переваг зробили Г. Л. Азоев, Я. Б. Базилук, А. В. Войчак, Ю. Б. Іванов, І. Ф. Коломієць, Ф. Котлер, Н. Г. Міценко, М. Портер, Л. П. Стеців, І. В. Тараненко, О. А. Федірко, Т. Б. Харченко, А. Челенкова, Г. Р. Чупик та ін.

Складні внутрішні політичні та соціально-економічні кризові перетворення в країні вимагають від вітчизняних підприємств пошуку нових підходів до формування стійких конкурентних переваг, ефективних в умовах кризи та трансформації конкурентних відносин.

Важливим завданням в контексті глобалізації та європейської перспективи для національної економіки є пошук напрямів адаптації до вимог міжнародних соціально-економічних умов та формування відповідної стратегічної політики розвитку національної промисловості.

Результати дослідження

Конкуренція визначає умови господарювання та правила поведінки на ринку. Здатність підприємства вести боротьбу на ринку виражається у його конкурентоспроможності. Такий

взаємозв'язок між поняттями конкуренції та конкурентоспроможності вказує на їх взаємообумовленість. Конкурентоспроможність підприємства забезпечується за рахунок формування та утримання сукупності переваг на певному ринку. Конкурентні переваги дозволяють перевершити можливості конкурентів у досягненні поставлених цілей за рахунок оптимального розподілу та використання ресурсів, компетенцій і потенційних можливостей, виявлених та реалізованих ринкових факторів успіху [1–2].

До початку 60-років XX-го століття основний потенціал конкурентоспроможності забезпечувався за рахунок вдосконалення та розширення виробництва. Однак в період, коли в більшості галузей почав формуватись «риннок покупця», резерви підвищення цього потенціалу у виробництві були суттєво вичерпані (частково це було обумовлено різким зростання продуктивності праці в різних галузях економіки внаслідок науково-технічного прогресу). Це стимулювало пошук оригінальних, креативних шляхів забезпечення конкурентних переваг.

Теоретики та практики почали створювати нові інструменти для забезпечення конкурентоспроможності в різних процесах бізнесу: від стратегічного управління, від пошуку інноваційних ідей (наприклад, через створення гуртків якості) до їх маркетингового супроводження (наприклад, широке запровадження ринкового позиціонування, як доступу до свідомості споживачів, розвиток брендингу). Бізнес почав приділяти увагу не лише кінцевій якості товару, а досконалості всіх бізнесових процесів: і проектуванню, і виробництву, і формуванню комплексу підкріплення до товару, і логістиці тощо [3].

Нові вимоги до формування господарюючими суб'єктами конкурентних переваг висувуються передусім сучасним етапом розвитку світогосподарського простору. Економічний глобалізм і суцільна інтернаціоналізація взаємовідносин супроводжуються стрімким розвитком науково-технічного прогресу, світового ринку знань та посиленням конкурентної боротьби на всіх ринках та у всіх сферах господарювання. Пріоритетним завданням постає питання формування саме стійких конкурентних переваг (переваги вищого рівня), що забезпечують конкурентоспроможність на довгострокову перспективу, збільшуючи конкурентний потенціал, посилюючи позиції на ринку, нарощуючи можливості для стратегічного розвитку підприємства в перспективі.

Ефективним інструментом реалізації конкурентних переваг підприємства в умовах непередбачуваного динамічного середовища господарювання є стратегічне планування та управління діяльністю підприємства. Варто наголосити на зростанні ролі саме стратегічного забезпечення конкурентоспроможності та формуванні стратегічних конкурентних переваг, що дозволяє побудувати гнучку та реактивну систему управління конкурентоспроможністю підприємства через формування та розвиток його стійких конкурентних переваг в довгостроковій перспективі.

Стратегічне управління – це управлінський процес (з позицій процесного підходу), управлінські дії стосовно досягнення цілей (з позицій цільового підходу), концепція управління (з позицій інтегрального), спрямовані на досягнення поставлених цілей організації, які деталізують мету діяльності кожного підприємства – забезпечення його життєздатності та стійкості на ринку, тобто високого рівня конкурентоспроможності [4]. Стратегічне управління передбачає розробку та реалізацію стратегії розвитку підприємства на тривалу перспективу, що дозволяє господарюючим суб'єктам швидко адаптуватись та реагувати на зміни внутрішнього та зовнішнього середовища.

Стратегічне забезпечення конкурентоспроможності реалізується через систему взаємопов'язаних стратегій функціонування та розвитку підприємства, що формують так званий «стратегічний набір» і визначають позицію підприємства в зовнішньому середовищі господарювання.

Стратегічний набір підприємств за сучасних умов господарювання має бути конкурентоспроможним, тобто відповідати поставленим обов'язковим вимогам – адаптивності, надійності, гнучкості, динамічності та цілеспрямованості. Разом з тим, стратегіям, що входять до його складу, необхідно бути науково обґрунтованими, взаємоузгодженими та взаємодоповнюючими, комплексними, адаптивними, гнучкими, адекватними та прийнятними, тобто здатними забезпечити успішну реалізацію конкурентних переваг і гарантувати підприємствам стійкий розвиток у мінливому та непередбачуваному середовищі. Саме тому для гарантування успішної діяльності підприємства необхідно сформувати конкурентоспроможний стратегічний набір взаємоузгоджених стратегій підприємства, адаптований до зовнішніх і внутрішніх умов його функціонування та спрямований на досягнення високого рівня конкурентоспроможності підприємства як генеральної цілі останнього, із досягненням високого конкурентного статусу на засадах сталого розвитку [4].

Стратегічні напрямки формування конкурентних переваг підприємств вимагають врахування сучасних змін, тенденцій і перспектив розвитку світової економіки, що характеризується стрімким розвитком науково-технічного прогресу та нових знань, посиленням ролі інформаційних ресурсів, зростанням значення людського та інтелектуального капіталу. Вміле оперування інформаційними ресурсами в поєднанні з оптимальною стратегією розвитку, що ґрунтується на ефективному використанні інноваційних, інтелектуальних та людських ресурсів підприємства, дозволяють підприємствам забезпечити високий рівень конкурентоспроможності за сучасних умов швидкозмінюваного середовища господарювання.

Здатність підприємства мобілізувати та використовувати свої нематеріальні активи стала більш значимим фактором в порівнянні з традиційними. Важливими джерелами формування стійких конкурентних переваг підприємства є людський та інтелектуальний капітал. Людський капітал підприємства є однією з ведучих та основних конкурентних переваг сучасного підприємства, які мають за мету стабільний розвиток і закріплення позицій на ринку за рахунок підвищення своєї конкурентоспроможності, тому що його ефективне використання посилює інші конкурентні переваги і сприяє формуванню нових [5].

За сучасних умов масштабної інформатизації суспільства ключовими факторами конкурентоспроможності стають можливості та здатності господарюючих суб'єктів використовувати інтелектуально-інформаційні ресурси, вміле комбінування та використання яких створює передумови для продукування та поширення нових знань, втілення їх результатів в інноваційні рішення, що дозволяє сформувати підприємствам довгострокові конкурентні переваги на якісній основі. Інноваційний чинник є джерелом економічного зростання та рушійною силою якісних перетворень, передумовою забезпечення та підвищення конкурентоспроможності на всіх рівнях господарювання.

Важливим напрямком формування конкурентних переваг за сучасних умов стає розробка підприємством ефективної стратегії розвитку, яка ґрунтуватиметься на результатах інтелектуальної діяльності та виявлятиметься в продукуванні унікальних видів продукції та впровадженні у виробничий процес унікальних видів техніки та технологій, базуватиметься на унікальному позиціонуванні підприємства та орієнтації на унікальні види діяльності тощо.

Основним напрямком підвищення ефективності господарювання промислового підприємства в умовах жорсткої конкуренції є застосування нової техніки та технологій, що обумовлено насамперед технічними характеристиками нововведень, які передбачають підвищену продуктивність виробництва, зниження трудомісткості виготовлення продукції, маловідходне або безвідходне виробництво, поліпшення якості продукції [7].

Варто зауважити, що за сучасних умов ефективною для підвищення конкурентоспроможності може стати інноваційна стратегія «нарощування», яка ґрунтується на розвитку інноваційного потенціалу підприємства, що передбачає розробку та впровадження радикальних (базових) інновацій. З метою захоплення лідерства на ринку та стабільного економічного зростання може використовуватись інноваційна стратегія випереджального розвитку [2].

Сучасна економіка характеризується постійним посиленням конкуренції в більшості галузей. Це актуалізує такий креативний підхід до переорієнтації бізнесу, як стратегія «блакитного океану». Реінжиніринг бізнес-процесів, як важлива складова сучасного менеджменту якості, представляє собою тактичну реалізацію вказаної стратегії. Стратегія «блакитного океану» і реінжиніринг бізнес-процесів разом складають філософську основу недосяжності для конкурентів досить тривалий проміжок часу. Перед початком процесу сертифікації менеджменту якості, власникам та топ-менеджменту бізнесу слід проаналізувати: які є можливості для переходу в «блакитний океан» і, відповідно, для реінжинірингу бізнес-процесів [3].

Висновки

За умов підвищення нестабільності та посилення конкуренції важливим завданням для вітчизняних промислових підприємств є підвищення їх конкурентоспроможності на національному та міжнародному ринках в стратегічному контексті. Ключовим фактором успіху на ринку є розробка та впровадження ефективного механізму стратегічного управління конкурентоспроможністю промислових підприємств, дієвим інструментом якого має стати стратегічний набір, спрямований на довгостроковий успіх і розвиток підприємства на якісній основі.

Пріоритетним стратегічним напрямком формування конкурентних переваг мають стати унікальність конкурентних переваг у взаємозв'язку з оптимальною стратегією їх розвитку, що

забезпечить господарюючому суб'єкту стійку конкурентоспроможність на ринку та можливості для економічного зростання в довгостроковій перспективі.

Враховуючи тенденції та перспективи розвитку у світовій економічній системі при формуванні конкурентних переваг вітчизняних промислових підприємств необхідно враховувати такі принципи:

1. Високий рівень динамічності зовнішнього середовища господарювання вимагає від підприємств розробки та впровадження ефективної системи стратегічного управління, що дозволяє забезпечити життєздатність та стійкість на ринку, дозволяє досягнути високого рівня конкурентоспроможності підприємства за швидкозмінюваних умов господарювання.

2. На мінливих ринках успіх матимуть тільки стратегічно орієнтовані підприємства, що забезпечує їм стійку ринкову позицію, високу чутливість до змін і здатність швидко адаптуватись до нових вимог.

3. Сформований та ефективно реалізований стратегічний набір підприємства може стати дієвим інструментом в конкурентній боротьбі на агресивних ринках.

4. Успіх на ринку в довгостроковій перспективі можуть забезпечити конкурентні переваги високого рангу, що ґрунтуються на результатах інтелектуальної та інноваційної діяльності підприємства з вмілим використанням інформаційних ресурсів та людського капіталу господарюючих суб'єктів.

5. Інновації та нові знання є джерелом якісних перетворень, що забезпечують основу стійкого економічного зростання на довгострокову перспективу.

6. Стратегія «блакитного океану» та реінжиніринг бізнес-процесів можуть забезпечити основу недосяжності для конкурентів на досить тривалий проміжок часу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Причепя І. В. Проблеми формування конкурентних переваг підприємства / І. В. Причепя, К. О. Стелюк // Економічний простір : Збірник наукових праць. – 2013. – №80. – С. 248–256.
2. Причепя І. В. Інноваційні пріоритети формування стратегічних конкурентних переваг підприємства [Електронний ресурс] / І. В. Причепя // Ефективна економіка. – 2014. – №3. – Режим доступу : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2868>.
3. Несен Л. М. Реалізація стратегії блакитного океану через реінжиніринг бізнес-процесів: практичний аспект / Л. М. Несен // Поведінкові засади розвитку підприємств в контексті менеджменту: генезис і перспективи : матеріали І Міжнародної науково-практичної конференції. – Вінниця : ФОП Рогальська І. О., 2014. – С. 65-70.
4. Голік В. В. Формування системи стратегічного забезпечення управління конкурентоспроможністю підприємств [Електронний ресурс] / В. В. Голік // Ефективна економіка. – 2013. – № 11. – Режим доступу : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2466>.
5. Кавецький В. В. Конкурентоспроможність промислового підприємства у світлі людського капіталу / В. В. Кавецький // Вісник Донецького університету. Економіка і право. – 2007. – № 1. – С. 215–226.
6. Інтеграція економічних та технічних процесів: сучасний стан і перспективи розвитку : колективна монографія / за заг. ред. Савчук Л. М. — Х. : Вид-во «Діса плюс», 2015. – 480 с. – IS B N 978-617-7064-86-1.
7. Адлер О. О. Особливості методики визначення економічної ефективності впровадження інноваційного обладнання на підприємствах гірничодобувної галузі [Текст] / О. О. Адлер, Н. М. Тарасюк // Економіка, освіта, наука : інтеграція та синергія : матеріали міжнародної науково-практичної конференції, Братислава, 18–21 січня 2016 р. – Київ : Вид-во «Центр навчальної літератури», 2016. – Т. 1. – С. 7–8.

Причепя Ірина Валеріївна – к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки підприємства і виробничого менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, Iryna_Prychepa@mail.ru.

Prychepa Iryna V. – Cand. Sc. (Econ.), Assistant Professor, Assistant Professor of the Chair of Economics Enterprise and Production Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.

ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ ЗА УМОВ КРИЗОВИХ ПЕРЕТВОРЕНЬ

¹Вінницький національний технічний університет

Анотація

В статті досліджено особливості формування інвестиційної стратегії вітчизняних промислових підприємств в умовах кризових перетворень. Розглянуто чинники та принципи формування ефективної інвестиційної стратегії підприємства за сучасних умов. Визначено пріоритетні напрямки інвестування.

Ключові слова: інвестиції, інвестиційна стратегія, інвестиційний процес.

Abstract

In the article the features of forming of investment strategy of domestic industrial enterprises are investigational in the conditions of crisis transformations. Factors and principles of forming of effective investment strategy of enterprise are considered at modern terms. Priority directions of investing are certain.

Keywords: investment, investment strategy, investment process.

Вступ

За умов складних глобалізаційних та інтеграційних перетворень, що супроводжуються економічним спадом і посиленням кризових процесів у світовій економічній системі, особливої актуальності набувають питання підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств на національних і світових ринках.

Вихід економіки з кризи, а тим більше її розвиток, неможливий без формування ефективної інвестиційної політики та стимулювання інвестиційної діяльності в країні. Інтенсивність та успішність інвестиційних процесів визначають успіх перетворень в усіх сферах соціально-економічного та політичного життя, забезпечують структурні зрушення в економіці країни, створюють передумови для розвитку науково-технічного прогресу, стабілізації та швидкого економічного зростання.

В умовах складних політичних та економічних перетворень значно зростає рівень непередбачуваності зовнішнього середовища, перед підприємствами постає ряд складних проблем, вирішення яких вимагає формування гнучкої та адаптивної інвестиційної політики.

Ефективним інструментом в вирішенні завдань підвищення конкурентоспроможності та розвитку вітчизняних підприємств є стратегічне управління їх інвестиційною діяльністю, яка може забезпечити стабільність, стати базою для підвищення ефективності функціонування та подальшого розвитку господарюючого суб'єкта.

Питанням інвестиційної діяльності присвячено роботи численних вітчизняних і зарубіжних дослідників. Варто відзначити таких зарубіжних вчених-економістів, як І. Ансофф, Дж. Бейлі, Г. Бірман, С. Брігхем, Д. Кліланд, П. Массе, А. Стерлінг, А. Дж. Стрікланд, А. Томпсон, Ф. Фішер та ін. Серед вітчизняних науковців значну увагу проблемам інвестування в своїх працях приділили І. Бланк, А. Богатирьов, І. Ігнат'єва, Т. Майорова, М. Мартиненко, А. Пересада, Ф. Федоренко, Д. Черваньов, А. Череп та ін.

Актуальною в умовах кризи є проблема оптимального поєднання та розподілу обмежених ресурсів підприємства з метою досягнення конкурентоспроможності на динамічних ринках. Вирішенням даної проблеми може стати ефективна інвестиційна стратегія підприємства як інструмент антикризового управління.

Метою статті є обґрунтування важливості формування ефективної інвестиційної стратегії вітчизняних промислових підприємств та окреслення основних напрямків її формування за умов кризових перетворень.

Результати дослідження

В умовах економічного спаду та складних кризових перетворень основними завданнями підприємств є підтримання економічної стійкості та утримання сформованих конкурентних переваг, що визначатимуть ефективність господарювання промислових підприємств за кризових умов [1].

Підтримання економічної стійкості та економічне зростання потребують його інвестиційного забезпечення, що вимагає від підприємств формування їх успішної інвестиційної політики, дієвим інструментом якої є ефективна інвестиційна стратегія.

Актуальність розробки інвестиційної стратегії промислових підприємств за умов кризових перетворень обумовлена динамічними змінами, які відбуваються в зовнішньому середовищі господарювання. За таких умов стає неможливим функціонування підприємства без використання інструментів стратегічного управління на підприємстві. Перед господарюючими суб'єктами постають складні завдання формування ефективної інвестиційної стратегії адекватної сучасним вимогам функціонування та розвитку.

Поняття «інвестиційна стратегія» в сучасній економічній літературі тлумачиться як формування системи довгострокових цілей інвестиційної діяльності та вибір найефективніших шляхів їх досягнення. Інвестиційна стратегія визначає можливості поліпшення результатів господарювання суб'єкта за допомогою інвестицій, тобто окреслює напрями інвестування з метою одержання прибутку та збільшення власних активів. Інвестиційну стратегію можна розглядати і як процес стратегічного управління інвестиційною діяльністю. В цьому випадку він включатиме в себе: тактичне управління інвестиційною діяльністю шляхом формування інвестиційного портфелю; оперативне управління інвестиційною діяльністю шляхом оперативного керування окремими інвестиційними проектами та програмами [2].

Поняття інвестиційної стратегії відноситься як до інвестиційного, так і до стратегічного менеджменту. З точки зору стратегічного менеджменту інвестиційна стратегія є однією із функціональних стратегій в стратегічному наборі підприємства, тобто однією із підтримуючих стратегій, яка визначає стратегічну орієнтацію інвестиційної діяльності, яка забезпечує її досягнення поставлених цілей. Мартиненко М. М. та Ігнат'єва І. А. відносять інвестиційну стратегію до «ключових» функціональних стратегій разом з інноваційною та фінансовою стратегіями [3]. Значна увага приділяється інвестиційній стратегії в інвестиційному менеджменті, де розглядаються її основні напрями, процес формування інвестиційних ресурсів для її забезпечення та процес оцінювання ефективності її реалізації [4].

Передумовою формування інвестиційної стратегії є загальна стратегія економічного розвитку підприємства. Відносно неї інвестиційна стратегія має підпорядкований характер і повинна узгоджуватися з нею по цілях та етапах реалізації. Інвестиційна стратегія в цьому випадку розглядається як головний фактор забезпечення ефективного розвитку підприємства у відповідності із обраною нею загальною економічною стратегією [5].

За умов підвищеного ризику керівники повинні швидко приймати господарські рішення щодо інвестицій та наслідків реалізації цих рішень. Стратегічне управління має пряме відношення до прийняття інвестиційних рішень, що повинно забезпечувати відповідність довгострокових цілей і необхідних ресурсів. Відповідно до обраної стратегії розвитку промисловим підприємствам необхідно сформувати часткові стратегії, що відображають окремі сфери діяльності та особливості функціонування окремих підрозділів підприємства. Інвестиційна стратегія повинна займати головне місце в стратегічному плануванні та управлінні на промислових підприємствах, оскільки в поєднанні з іншими стратегіями вона визначає вектор розвитку для суб'єкта господарювання.

Формування інвестиційної стратегії є творчим та циклічним процесом, який базується на оцінюванні та прогнозуванні умов здійснення інвестиційної діяльності та відповідних ризиків на мікро- та макрорівнях; процесом, що потребує постійного коригування у відповідності до нових вимог середовища господарювання.

Вибір інвестиційної стратегії пов'язаний з пошуком найвигідніших варіантів інвестиційних рішень, які найбільш повно відповідають меті та особливостям діяльності підприємства в конкретних умовах господарювання.

На вибір інвестиційної стратегії підприємства впливають ряд чинників:

- загальна економічна стратегія функціонування та розвитку підприємства;
- фаза життєвого циклу підприємства;
- фінансовий стан підприємства та наявність тимчасово вільних коштів підприємства;

- інвестиційна привабливість підприємства;
- кон'юнктура ринку інвестиційних ресурсів;
- рівень інвестиційних ризиків;
- інтенсивність змін інвестиційного клімату в країні та ін.

Формування ефективної інвестиційної стратегії вимагає врахування максимальної сукупності чинників у їх складному взаємозв'язку та взаємодії і має відповідати певним критеріям: максимізація прибутковості та ефективності інвестування з мінімізацією відповідних ризиків.

Розробка інвестиційної стратегії підприємства має базуватись на відповідних принципах [2]:

1. Принцип системності. Слід планувати досягнення не тільки стратегічних цілей, а й вирішення поточних та оперативних завдань інвестиційної діяльності.

2. Принцип оптимальності.

3. Принцип економічності. Згідно цього принципу, величина інвестованих ресурсів не повинна перевищувати ефект від інвестування.

4. Принцип ситуативності. Варто розробляти гнучкий план дій з урахуванням інвестиційного ризику.

5. Принцип участі. Цей принцип означає, що керівники всіх підрозділів підприємства повинні приймати участь у процесі планування інвестиційної діяльності.

6. Принцип безперервності. У відповідності з цим принципом процес розробки та реалізації стратегії повинен здійснюватися безперервно.

7. Принцип зворотного зв'язку. При розробці інвестиційної стратегії цілі ставляться від досягнутого.

В кризових умовах розв'язання стратегічних завдань підприємство потребує постійної уваги при реалізації основних функцій інвестиційного процесу, зокрема таких як [5]:

- розробка та своєчасне коригування стратегічних напрямів інвестиційної діяльності;
- формування системи цілей інвестиційної діяльності й основних її напрямів на довгостроковий період із визначенням пріоритетних завдань, які необхідно розв'язати в найближчій перспективі;
- прогнозування загальної потреби в інвестиційних ресурсах для реалізації розробленої стратегії на окремих етапах її здійснення, а також визначення можливостей формування власних інвестиційних ресурсів;
- відбір найефективніших інвестиційних програм і проєктів.

Важливою умовою формування ефективної інвестиційної стратегії підприємства є узгодження її з етапом життєвого циклу та цілями господарювання підприємства, що дозволяє розвиватись у відповідності до сформованого потенціалу підприємства.

Висновки

Управління підприємством є багатоаспектним процесом, що значно ускладнюється за умов поглиблення кризових явищ і загострення конкурентної боротьби в усіх сферах економіки.

На формування інвестиційної стратегії підприємства за сучасних умов господарювання впливають зміни, що відбуваються у зовнішньому середовищі. Сьогодні національна економіка знаходиться у кризовій фазі і конкурентоспроможним залишається те підприємство, яке швидко адаптується до змін у своїй інвестиційній стратегії. Кризові явища значною мірою сповільнюють інвестиційні процеси, тому більшість підприємств пасивні щодо вкладення грошей в нові ідеї та розширення господарських рішень.

Забезпечення зростання економіки, вихід на нові ринки збуту, підвищення економічних показників діяльності підприємств потребує створення сприятливого інвестиційного клімату в Україні, що має високий рівень інвестиційної привабливості за рахунок потужного промислового потенціалу, вдалого географічного розташування, сприятливих природно-кліматичних умов тощо [6].

Вихід з кризи та зростання в перспективі неможливі без впровадження якісних змін в діяльності вітчизняних підприємств. Ефективними провідниками таких змін мають стати саме промислові підприємства як потужні двигуни інноваційного розвитку національної економіки. Конкурентоспроможне зростання вітчизняних промислових підприємств потребує формування ефективної системи залучення та використання фінансових ресурсів з різних джерел на всіх рівнях господарювання.

Важливим напрямком інвестування вітчизняних підприємств мають стати саме інноваційні рішення. Значною проблемою для успішного розвитку економіки України за інноваційним механізмом є розробка ефективного механізму для мотивування всіх суб'єктів економічної діяльності. Це необхідно із тієї причини, що під час сталого розвитку всі суб'єкти економічної діяльності повинні самостійно слідувати за тим, щоб приймалися «правильні» рішення. Інновації повинні належати до так званих «високих технологій», тільки за такої умови економіка України зможе успішно бути інтегрована до світової економіки (як свідчать приклади, економічне зростання практично неможливо ендегенним шляхом). Дуже корисно, щоб у цьому механізмі були задіяні елементи синергії, що дозволяє здійснити як суттєве прискорення економічного зростання в часу, так і збільшити кількісні показники зростання [7].

Досить перспективним та високоефективним напрямком фінансування інноваційних процесів в країні є їх венчурне інвестування, що дозволяє залучити кошти без матеріального забезпечення та без гарантії про їх повернення, тобто на страх і ризик власників венчурного капіталу [8]. Венчурні інвестиції сприяють розвитку економіки країни на інноваційній основі, що забезпечує її довгострокове зростання.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Лесько О. Й. Напрямки підвищення ефективності менеджменту підприємства за сучасних умов / О. Й. Лесько, І. В. Причепя, Н. О. Кот // Економічний простір. – 2015. – № 97. – С. 213–221.
2. Зобов О.С. Математичне моделювання інвестиційної стратегії підприємств / О.С. Зобов // Журнал : Молодий вчений. – 2014. – №6 (09). – С. 119-121.
3. Мартиненко М. М. Стратегічний менеджмент : підручник / М. М. Мартиненко, І. А. Ігнат'єва. – К. : Каравела, 2006. – 320с.
4. Шляхи підвищення інвестиційної діяльності в Україні : монографія./ За заг. ред. Федоренка В. Г. – Ніжин : «Видавництво «Аспект – Поліграф», 2003. – 724 с.
5. Ковтун Е. О. Інвестиційна стратегія підприємства [Електронний ресурс] / Е. О. Ковтун, Д. В. Сорока. – Режим доступу : http://www.rusnauka.com/34_NIEK_2010/Economics/75303.doc.htm.
6. Ратушняк О. Г. Оцінка інвестиційної привабливості підприємств Вінницької області / О. Г. Ратушняк, А. Ю. Ляховська // Вісник КІБІТ. – 2011. – Вип. 2(15). – С. 88-90.
7. Нікіфорова Л. О. Теоретико-ігрова модель для вмотивованого законодавчого закріплення механізму інноваційного зростання економіки країни за рахунок випуску високотехнологічної продукції [Текст] / Л. О. Нікіфорова // Економіка та держава. – 2014. – № 11. – С. 63–67.
8. Інноваційний менеджмент : навчальний посібник / [В. О. Козловський, А. О. Азарова, О. Й. Лесько, М. І. Небава]. - Вінниця : ВНТУ, 2012. – 130 с. – ISBN 978-966-641-488-8.

Лесько Олександр Йосипович – к.е.н., доцент, завідувач кафедри економіки підприємства і виробничого менеджменту ВНТУ, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Причепя Ірина Валеріївна – к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки підприємства і виробничого менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Кот Надія Олександрівна – студентка гр. МОН-15сп факультету менеджменту ВНТУ, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця; kucamyra@gmail.com.

Lesko Oleksandr Yo. – Cand. Sc. (Econ.), Assistant Professor, Head of the Chair of Economics Enterprise and Production Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.

Prychepa Iryna V. – Cand. Sc. (Econ.), Assistant Professor, Assistant Professor of the Chair of Economics Enterprise and Production Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.

Kot Nadiya O. – Department of Economics Enterprise and Production Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsi; kucamyra@gmail.com.

УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА

¹Вінницький національний технічний університет

Анотація

У статті розглянуто проблеми підвищення якості та конкурентоспроможності продукції вітчизняних товаровиробників за сучасних умов. Проаналізовано зовнішні та внутрішні фактори формування якості продукції. Визначено основні напрями підвищення якості продукції та забезпечення її конкурентоспроможності вітчизняними підприємствами за сучасних умов господарювання.

Ключові слова: конкурентоспроможність, якість, система управління конкурентоспроможністю продукції, система управління якістю продукції.

Abstract

In the article the problems of upgrading and competitiveness of products of domestic producers are considered in modern conditions. The external and internal factors of forming of quality of products are considered. Basic directions of upgrading of products and providing of her competitiveness domestic enterprises are certain at the modern terms of ménage.

Keywords: competitiveness, quality, management system competitiveness of the production, system of quality control.

Вступ

Посилення глобалізаційних та євроінтеграційних перетворень, загострення конкурентної боротьби на всіх рівнях господарювання, швидкий розвиток НТП вимагають від вітчизняних підприємств пошуку перспективних напрямків формування їх конкурентоспроможного потенціалу.

Проблема підвищення конкурентоспроможності є вирішальною при забезпеченні виживання та прибутковості підприємства в ринкових умовах господарювання. Найперспективнішим шляхом підвищення якості продукції та забезпечення належного рівня конкурентоспроможності є управління ними. Управління якістю та конкурентоспроможністю є одним із найважливіших напрямків загального управління підприємством, яке визначає політику, цілі та відповідальність у цих сферах. На підприємствах поряд з системою якості необхідно впроваджувати системи, які взаємодіють і доповнюють її, забезпечують якість і конкурентоспроможність при оптимальних витратах і, як наслідок, прибуток виробнику та конкурентоспроможну ціну якісних виробів [1].

У працях як вітчизняних, так і закордонних фахівців значна увага приділяється проблемам управління якістю та конкурентоспроможністю продукції підприємств. Варто відмітити роботи таких науковців, як Г. Азоев, Д. Барабась, А. Воронкова, О. Дуброва, Л. Закревська, В. Карпюк, С. Клименко, Ф. Котлер, Т. Омеляненко, М. Портер, Р. Фатхудинов, І. Хмеленко та ін.

Незважаючи на значну увагу фахівців до проблем забезпечення якості та конкурентоспроможності продукції, особливої актуальності ці питання набувають за сучасних умов поглиблення євроінтеграційних процесів, які характеризуються жорсткою конкурентною боротьбою та вимагають пошуку напрямків підвищення конкурентоспроможності продукції вітчизняних товаровиробників. В основі конкурентоспроможності продукції лежить рівень її якості, що визначає перспективні напрями розвитку підприємства, рівень переваг над конкурентами та окреслює перспективи для виходу на європейські та світові ринки.

Результати дослідження

Конкуренція є досить складним явищем, що може проявлятися в різних формах і здійснюватися з використанням різних методів. За умов поглиблення глобалізаційних та інтеграційних процесів значно посилилась конкуренція на всіх рівнях господарювання, що вимагає посиленої уваги до питань конкурентоспроможності продукції вітчизняних товаровиробників на національних та світових ринках.

Незважаючи на потужний експортний потенціал України за окремими економічними напрямками господарювання, конкурентоспроможність вітчизняної продукції на світових ринках залишається переважно на низькому рівні. Проблема конкурентоспроможності є досить важливою як на загальнонаціональному рівні, так і на рівні окремо взятого господарюючого суб'єкта.

Входження України у світовий торговий простір і посилення конкуренції з боку зарубіжних виробників та імпортерів, нестабільна економічна та фінансово-кредитна політика держави, зміни в соціально-демографічному складі населення, поява та розвиток нових технологій, створення нових продуктів та скорочення життєвого циклу існуючих товарів – ці чинники несуть у собі як потенційні можливості, так і значні загрози для існування українських підприємств. За таких умов важливо вчасно помітити зміни, які впливають на діяльність підприємств, ідентифікувати тенденції їхнього розвитку, визначити та реалізувати відповідні заходи, спрямовані на ліквідацію або зменшення негативних наслідків та використання сприятливих нагод, тобто не пасивна реакція на зміни, а активна превентивна діяльність підприємства має бути основою пристосування до конкурентного середовища [2].

Мінливе внутрішнє та зовнішнє середовище господарювання ставить перед підприємствами завдання щодо швидкого пристосування до змін, своєчасність відповідної реакції (пасивна або превентивна) буде визначатись ефективністю сформованої системи управління конкурентоспроможністю підприємства.

Забезпечення конкурентоспроможності – це філософія управління всією системою в умовах ринкових відносин, що повинна бути орієнтованою на вирішення наступних задач [3]:

- дослідження потреб споживачів та їх розвиток;
- оцінку поведінки та можливостей;
- дослідження розвитку ринку;
- дослідження середовища;
- виготовлення товару, що перевершував би товар конкурента.

Під управлінням конкурентоспроможністю продукції слід розуміти процес планування та забезпечення необхідного рівня підвищення конкурентоспроможності продукції за допомогою цілеспрямованого впливу на умови і чинники, що її формують. При цьому конкурентоспроможність продукції забезпечується в рамках функціонування певних процесів: дослідження, розробки, виготовлення і споживання. Управління конкурентоспроможністю повинно бути рейтинговим, тобто таким, яке при прийнятті управлінських рішень щодо забезпечення конкурентоспроможності орієнтується на основний результат – рейтинг та порівнює його з необхідними витратами для досягнення ефективності [4].

Значене місце в системі забезпечення конкурентоспроможності продукції займає саме її якість. Варто зауважити, що на сучасних ринках прослідковується тенденція до зростання ролі нецінових показників забезпечення конкурентоспроможності продукції (конкуренція за продуктами та за умовами продажу), серед яких особливе місце посідає якість продукції. Високий рівень якості продукції – це конкурентна перевага вищого рівня, що забезпечує підприємству стійкість на ринку на тривалу перспективу. Підвищуючи якість продукції, товаровиробник випереджає найближчих конкурентів в довгостроковій перспективі, оскільки останнім знадобиться тривалий час і значні капіталовкладення в оновлення технологій і налагодження нового виробництва.

Показник якості поступово займає пріоритетну позицію серед факторів забезпечення конкурентоспроможності продукції. Якість визначається рівнем задоволення споживача або користувача, чим окреслюється соціально-економічна та суспільна значимість її підвищення.

На якість продукції впливають внутрішні та зовнішні фактори як окремо, так і у їх складному взаємозв'язку. На різних стадіях життєвого циклу продукції інтенсивність і набір факторів впливу будуть різними. Основними внутрішніми чинниками, що впливають на рівень якості продукції, є виробничо-технологічні (рівень прогресивності техніки та технологій, використання нових матеріалів, якість використовуваної сировини та ін.), соціально-психологічні (забезпечення нормальних умов праці персоналу, формування сприятливого клімату в колективі, моральне стимулювання та заохочення працівників та ін.), економічні (витрати на випуск та реалізацію високоякісної продукції, політика ціноутворення, економічне стимулювання працівників та ін.) та організаційні (рівень організації праці та виробничого процесу на підприємстві, ефективність системи управління якістю продукції, сертифікація продукції, забезпечення належного кваліфікаційного рівня персоналу та ін.). Основними зовнішніми факторами впливу на якість

продукції підприємства є рівень конкуренції на ринку, вимоги споживачів, необхідність завоювання певної позиції на ринку та формування позитивного іміджу підприємства, вимоги щодо стандартизації та сертифікації продукції певного виду тощо.

Зростаючі ринки висувають нові підвищені вимоги до якості продукції, що вимагають врахування змін і тенденцій у світовому економічному просторі. Швидкий розвиток НТП та зростання ролі знань вимагають втілення інноваційних рішень у виробничі, організаційні, управлінські та збутові процеси на підприємстві. Впровадження інновацій дозволяє підприємствам підвищити якість продукції, збільшити продуктивність праці, зменшити свої витрати, за рахунок чого підвищується їх конкурентоспроможність на ринках.

В забезпеченні якості продукції вагоме місце посідає її стандартизація та сертифікація, що є важливою складовою нормативного забезпечення управління якістю та конкурентоспроможністю продукції. В економічно розвинутих країнах підвищення рівня виробництва, поліпшення якості продукції та зростання рівня життя населення тісно пов'язані з широким використанням стандартизації, що розглядається як один із методів ведення конкурентної боротьби. Важливим фактором забезпечення якості продукції є ефективність системи внутрішньо-технічного контролю якості продукції, що є дієвим інструментом в системі управління якістю та забезпечення відповідності планових завдань і фактичних результатів.

Як показують дослідження, рівень конкурентоспроможності та якості продукції є комплексними показниками, які знаходяться під впливом широкого кола чинників. Тому при плануванні діяльності та формуванні системи управління якістю та конкурентоспроможністю продукції підприємства важливо ретельно аналізувати ці фактори, приймаючи виважені рішення щодо вибору дієвих інструментів для ефективного управління ними.

Крім того, аналіз чинників конкурентоспроможності дає змогу зробити висновки не лише щодо конкурентоспроможності власної продукції, але й щодо продукції підприємств-конкурентів. З метою охоплення максимальної кількості факторів конкурентоспроможності та комплексної оцінки їх класифікацію необхідно підпорядкувати принципам системного аналізу. Така класифікація буде відображати вид та ступінь впливу факторів конкурентоспроможності, що в подальшому дасть змогу розробити алгоритм прийняття рішень щодо управління конкурентоспроможністю продукції підприємства [5].

Висновки

Підвищення якості та конкурентоспроможності продукції завжди були одними з пріоритетних завдань підприємств. Особливо гостро це питання постає за ринкових умов господарювання. Значну роль в забезпеченні конкурентоспроможності продукції підприємства відіграє якість його продукції, а відповідно, і система управління ними. Управління конкурентоспроможністю продукції підприємства це, по суті, цілеспрямований вплив на різні чинники, умови, джерела конкурентоспроможності з метою досягнення стійких конкурентних переваг на ринку. Управління повинно бути рейтинговим, тобто таким, яке орієнтоване на результат – рейтинг продукції на ринку, який враховує її конкурентоспроможність і соціально-економічну ефективність для споживача.

Основними напрямками підвищення якості продукції вітчизняними товаровиробниками та забезпечення її конкурентоспроможності за сучасних умов господарювання варто виокремити:

1. Проведення гнучкої та активної превентивної політики реагування на зміни конкурентного середовища господарювання, що дозволяє вчасно та швидко розробити та реалізувати відповідні заходи, використати позитивні можливості на ринку для подальшого розвитку.

2. Використання досягнень науки та техніки у виробничих, організаційних, збутових, управлінських та інших процесах на підприємстві, що дозволяє підвищити якість продукції, продуктивність праці та зменшити витрати підприємства на якісній основі.

3. Постійний і систематичний аналіз ринку та потреб споживачів з метою своєчасного реагування на нові вимоги; задоволення нових потреб ринку.

4. Формування та впровадження дієвої системи управління якістю та конкурентоспроможністю продукції, важливими інструментами якої має стати відповідний рівень системи внутрішньо-технічного контролю на підприємстві.

5. Використання дієвих інструментів стратегічного управління якістю продукції, що дозволяє сформувати конкурентні переваги підприємства на тривалу перспективу.

6. Ефективне використання потенціалу працівників підприємства через формування ефективної системи стимулювання та підготовки персоналу, підвищення їх кваліфікації.

Вимогою сьогодення до формування ефективної системи управління якістю та конкурентоспроможністю є гнучкість та адаптивність, стратегічність та інноваційна спрямованість, комплексність та системність в прийнятті управлінських рішень. Врахування цих принципів дозволить підприємствам розвиватись та конкурувати на ринку за сучасних умов [6].

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Закревська Л. М. Концепція сучасного управління конкурентоспроможністю продукції підприємства [Електронний ресурс] / Л. М. Закревська. – Режим доступу : <http://enuftir.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/13166/1/21a.pdf>.
2. Сметанюк О. А. До проблеми оцінювання ефективності пристосування вітчизняних підприємств до змін бізнес-середовища / О. А. Сметанюк, О. П. Соцівець // Науковий вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту КНТЕУ. – Чернівці : Книги -XXI, 2008. – Вип. II. Економічні науки, С.163–171.
3. Карпюк В. П. Управління конкурентоспроможністю продукції [Електронний ресурс] / В. П. Карпюк. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/PORTAL/Soc_gum/Vzhdtu_econ/2009_4/46.pdf.
4. Клименко С. М. Управління конкурентоспроможністю підприємства : навч. посіб. / С. М. Клименко, О. С.Дуброва, Д. О. Барабась, Т. В. Омеляненко. – К. : КНЕУ, 2006. – 527 с.
5. Адлер О. А. Системний аналіз факторів конкурентоспроможності продукції промислового підприємства в ринкових умовах / О. А. Адлер, І. В. Охріменко // Тенденції управління фінансовими та інноваційними процесами в умовах ринкових перетворень: Матеріали міжнародної науково-практичної конференції. – Вінниця : ВНТУ, 2012. – С. 257–258.
6. Лесько О. Й. Напрямки підвищення ефективності менеджменту підприємства за сучасних умов / О. Й. Лесько, І. В. Причепя, Н. О. Кот // Економічний простір. – 2015. – № 97. – С. 213–221.

Причепя Ірина Валеріївна – к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки підприємства і виробничого менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Лисаченко Ганна Іванівна – студентка групи МOn-12 факультету менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця; anuta-shulo123@mail.ru.

Prychepa Iryna V. – Cand. Sc. (Econ.), Assistant Professor, Assistant Professor of the Chair of Economics Enterprise and Production Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.

Lysachenko Anna I. – faculty of management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia; anuta-shulo123@mail.ru.

ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ ЯК СКЛАДОВА СУЧАСНОГО БІЗНЕСУ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Розглянуто питання про розвиток електронного бізнесу на території України. Проаналізовано декілька методів дослідження електронного бізнесу, американська та європейська методологія, тощо.

Ключові слова

Електронний бізнес, комерція, біржа, суб'єкти, електронна комерція

Summary

The question of the development of e-business in Ukraine. Analyzed several research methods of electronic business , American and European methodology, and so on.

Keywords

E-business , commerce, exchange , subjects , e- commerce

Ще кілька років тому мережу Internet використовувалася в основному тільки для обміну поштовими повідомленнями і пересилки файлів. Проте останнім часом сучасні технології перетворили Internet в розвинену інфраструктуру, яка охоплює всі основні інформаційні центри, світові бібліотеки, бази даних наукової та правової інформації, багато державних і комерційні організації, біржі та банки. Сьогодні Internet може розглядатися як величезний ринок, здатний охопити в потенціалі практично все населення Землі. Саме тому виробники програмних і апаратних рішень, торговельні та фінансові організації активно розвивають різні види і методи ведення комерційної діяльності в Internet - електронної комерції.[1]

Інформація - це важлива рушійна сила економічного зростання та соціальних змін. Бурхливий розвиток інформаційних технологій призвів до того, що в сучасній світовій економіці інформація стала ключовим поняттям. Успішний розвиток мережі інтернет та бурхливе зростання електронної комерції в черговий раз довели, що інформаційний сектор економіки, на даний момент є найбільш динамічним та найбільш прибутковим, на думку вітчизняних та закордонних економістів.

На даний момент вона також є і самою розвиненою і втіленою у життя сферою, що сприяє для розвитку економіки. Для того щоб дослідити економічний та соціальний вплив електронної комерції перш за все потрібно дати визначення електронній комерції. Різні джерела по різному визначають електронну комерцію. В більш вузькому розумінні електронна комерція (e-commerce) - це торгівля через Інтернет. В широкому розумінні - це ведення бізнесу в глобальних мережах.

Необхідна умова електронної комерції - повна автоматична обробка замовлення принаймні в системі продавця.[3] Без цього не виходить повної передачі прав власності в режимі онлайн. Це твердження має юридичні наслідки. Приміром, подібні операції в США звільнені від податку з продажів. Якщо який-небудь американський Web-вузол, що дозволяє робити замовлення через Інтернет, вирішив би стягувати оплату за товар готівкою при його доставці кур'єром, то він мав би включати у вартість товару податок з продажів. Сене зрозумілий: держава зацікавлена зробити фінансові потоки безготівковими і прозорими, а також стимулювати більш швидке обіг грошей в економіці і зменшення накладних витрат. З усього сказаного ясно, що для обслуговування клієнтів компанії, що займаються електронним бізнесом, повинні досягти певного рівня з погляду впорядкування бізнес-процесів [4,5]. Перехід в режим онлайн призводить до зниження витрат лише в компаніях, де розгорнуті системи автоматизації управління.

Оскільки, нами було розглянуто електронну комерцію, як складову частину економіки, то доцільним буде скористатись наступним визначенням.

Електронна комерція (E-commerce) - це сфера економіки, що включає всі фінансові та торгові транзакції, що проводяться за допомогою комп'ютерних мереж, та бізнес-процеси, пов'язані з проведенням цих транзакцій.

До електронної комерції відносять електронний обмін інформацією (Electronic Data Interchange, EDI), електронний рух капіталу (Electronic Funds Transfer, EFS), електронну торгівлю (E-Trade), електронні гроші (E-Cash), електронний маркетинг (E-Marketing), електронний банкінг (E-Banking), електронні страхові послуги (E-Insurance), тощо.

Оскільки, нами було розглянуто американську методологію дослідження електронної комерції [2], то до електронної комерції слід відносити лише дві галузі електронної комерції: B2B (Business-to-Business) та B2C (Business-to-Consumer). Європейські дослідники виокремлюють ще дві галузі: B2A (Business-to Administration) та C2A (Consumer-to-Administration). З точки зору нашої методології ці галузі відносяться до поняття електронного бізнесу, що ширше за електронну комерцію.

В даному розумінні електронна комерція вже існує майже 30 років, починаючи з тих часів, коли вперше комп'ютерна система Рейтерс стала використовуватись для здійснення операцій на фондових біржах. Але перші продажі товарів через Інтернет були зафіксовані лише у 1995 р., отже глобального характеру електронна комерція набула лише 6 років назад.

Після появи терміну "електронна комерція", завдяки її швидкої популяризації, багато дослідників відносили до неї будь яку бізнес діяльність в відокремлювати електронну комерцію від електронного бізнесу.

Електронний бізнес (E-business) - це ведення будь-якої бізнес діяльності у глобальних телекомунікаційних мережах, зокрема в Інтернет.

Зрозуміло, що електронний бізнес поняття значно ширше, і що електронна комерція є складовою частиною електронного бізнесу. Оскільки електронний бізнес, в даному розумінні, не такий розвинений як його складова частина, то визначення місця електронної комерції в електронному бізнесі є досить проблематичним.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Американская модель "новой экономики" распространяется на другие страны // БИКИ. - 2000. N42.
2. В. Завалеев. Что такое электронная коммерция // Центр интернет технологий. - 2003.
3. Козловський В. О., Лесько О.Й. Бізнес планування. Навчальний посібник. Видання 2-е, доповн. та переробл. – УНІВЕРСУМ-Вінниця, 2008. – 241 с.

4. Козловський В. О. Інноваційний менеджмент. Навчальний посібник. – Вінниця: ВНТУ, 2007.- 210 с.
5. Укладання зовнішньоекономічних договорів та контрактів: навчальний посібник / В. О. Козловський, О. Й. Лесько. – Вінниця: ВНТУ, 2009. – 166 с.

Автор: Бердецький Денис Анатолійович

Ст.гр. Мов-14б, факультет менеджменту,

department management,

Вінницький національний

технічний університет, м. Вінниця. den.berdeckii@gmail.com

Науковий керівник: Козловський Володимир Олександрович,

к.е.н., доцент, професор кафедри економіки підприємства

та виробничого менеджменту Вінницького національного

технічного університету, м. Вінниця, V@vin.ua

Posted by Denis Anatolievich Bardetskyy

St.gr. Mou-14b, faculty of management, department management, Vinnitsa National

Technical University. Vinnitsa.

Supervisor: Vladimir Alexandrovich Kozlovsky,

k.e.n., associate professor, professor of management and production ekonomikypidpryyemstva Vinnitsa National

Technical University, m. Vinnytsya, V@vin.ua

Формування системи показників для вибору оптимального каналу реалізації молока та молочної продукції молокопереробними підприємствами України

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Досліджено проблема вибору переробними підприємствами оптимального каналу реалізації молока та молочної продукції в контексті вертикальної інтеграції. Виявлено критерії, які впливають на цей вибір та введено коефіцієнти їх вагомості на основі думок експертів.

Ключові слова: молокопродуктовий підкомплекс, молочна продукція, реалізація молока, канали збуту.

Abstract

It was considered the problem of the choice by the processing enterprise of the optimal channel of the milk distribution and the milk products as a vertical integration in this article. It was determined the criterions which influence on the choice and brought in the coefficients of their significance on the base of the expert's decisions.

Keywords: sub of milk, dairy products, sale of milk sales channels.

Вступ

Загальновідомо, що молочна продукція – одна з найважливіших складових у формуванні продовольчої безпеки країни. Тому проблеми розвитку молочної галузі, конкурентоспроможності підприємств мають не лише економічну, а й соціальну та політичну вагомість.

Розвиток економічних відносин у молочній галузі характеризується тим, що формування ціни на молочні продукти починається з кормової бази для тваринництва і закінчується упаковкою готової продукції для реалізації [1]. Саме як і де буде реалізована молочна продукція й визначатиметься ефективність її виробництва в ланцюгу «виробництво – переробка – споживання». Тому молокопереробним підприємствам важливо знайти оптимальні канали реалізації своєї продукції.

Результати дослідження

Без торговельної ланки неможлива нормальна робота інтегрованих формувань, оскільки саме торговельні підприємства забезпечують реалізацію продукції і надходження коштів для розрахунків переробних підприємств з господарствами-виробниками.

Питанням розвитку інтеграційних об'єднань, в тому числі вертикальної інтеграції в аграрній сфері присвячені роботи таких вчених: О. О. Адлер та О. Г. Ратушняк [2], В. Г. Андрійчука [3], О. В. Безсмертної [4], В. В. Зіновчука [5], М. Й. Маліка [6], С. П. Ткачук [7] та ін. Вони детально дослідили сутність та зміст вертикальної інтеграції, наголосивши на необхідності посилення інтеграційних процесів. Проте, в працях недостатня увага приділяється питанню удосконалення взаємовідносин між переробниками сільськогосподарської продукції, в тому числі молока, та каналами її реалізації. Тому, завданням нашого дослідження є виявлення оптимального каналу реалізації молока та молочної продукції переробними підприємствами.

На сучасному етапі розвитку молокопереробні підприємства керуються випадковими факторами при виборі каналу реалізації своєї продукції, що іноді призводить до завищених роздрібних цін на готову молочну продукцію, швидкого псування при неналежних умовах зберігання та ін., що в результаті «підриває» репутацію молокопереробного підприємства. Тому при виборі роздрібного каналу реалізації молочної продукції переробним підприємствам необхідно враховувати ряд критеріїв, за якими буде здійснюватися продаж молочної продукції споживачам.

Для вибору оптимального каналу реалізації молока та молочної продукції застосовувалась методика Є. Крикавського [8] щодо вибору оптимального постачальника на основі багатокритеріального підходу. У наукових дослідженнях дана методика була

використана Морозом О.В. та Музикою О.В. [9] для вибору молокопереробним підприємством оптимального постачальника молока-сировини. Для вибору оптимального каналу реалізації молока та молочної продукції переробним підприємством дана методика використовується вперше.

Основними каналами збуту молочної продукції на внутрішньому ринку Вінниччини є:

- продовольчі магазини, супермаркети (група I);
- фірмові кіоски, палатки (група II);
- ресторани, бари, кав'ярні (група III).

Традиційне вирішення проблеми вибору реалізатора полягає у виборі каналу реалізації, яким, зазвичай, може бути торгівельне підприємство або посередник, що функціонує у дистрибуційній мережі з обслуговування переробника.

За цих умов для оцінювання збутовиків та їх подальшого вибору слід використовувати багатокритеріальний підхід, який вимагає реалізації такого алгоритму:

- відбір можливих каналів реалізації молока (етап 1);
- формування системи можливих суттєвих критеріїв (етап 2);
- формування безконфліктної системи критеріїв оцінювання (етап 3);
- оцінювання важливості критеріїв (етап 4);
- оцінювання кожного реалізатора за обраними критеріями (етап 5);
- розрахунок комплексного середньозваженого критерію та вибір оптимального реалізатора (етап 6).

Було складено систему можливих критеріїв оцінювання кожної групи реалізаторів:

K_1 — платоспроможність торгової організації;

K_2 — умови оплати за поставлену продукцію (відстрочка, під реалізацію та ін.);

K_3 — роздрібна ціна реалізації продукції;

K_4 — віддаленість від заводу-виробника;

K_5 — швидкість реалізації продукції;

K_6 — обсяги партії замовлень;

K_7 — представлення продукції споживачеві (розкладка товару);

K_8 — рівень технічного оснащення для зберігання продукції;

K_9 — інші фактори.

Результати розрахунків згідно наведеним вище етапам показують, що за узагальнювальним критерієм ряд придатності реалізаторів виглядає так:

- група II ($K_{\text{заг}} = 8,95$; $\sum B = 69$);
- група I ($K_{\text{заг}} = 8,65$; $\sum B = 71$);
- група III ($K_{\text{заг}} = 7,05$; $\sum B = 56$).

Деталізація дає змогу узагальнено оцінити кінцеві канали реалізації молочної продукції графічним методом за допомогою об'ємної діаграми, в якій площа області вказує на комплексну середньозважену оцінку постачальника (рис. 1).

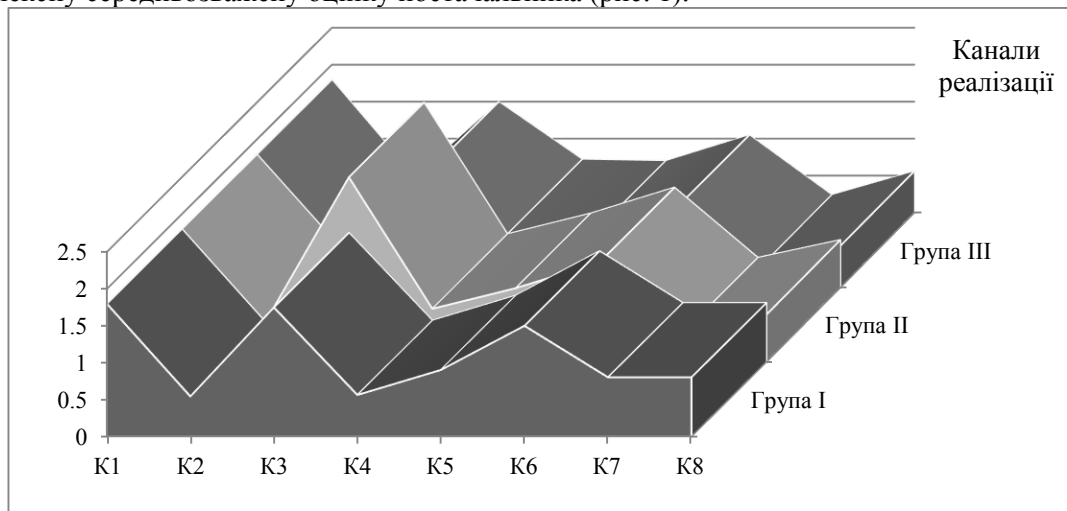


Рис. 1. Графічна інтерпретація комплексної середньозваженої оцінки постачальників сировини за методом структуризації критеріїв оцінювання

Як видно з рис. 1, найбільшу площу (графічно відповідає комплексній середньозваженій оцінці) займає II група реалізаторів. Вони виграють за рахунок критеріїв K_3 та K_5 . Найменшу оцінку мають торговельні організації III групи — мережа ресторанного господарства, оскільки їх найбільша зважена оцінка після критерія K_1 , де зважені однакові по всіх групах, на цілих 0,25 одиниць (за критерієм K_3) менша за максимальну зважену оцінку за цим критерієм реалізаторів молока та молочної продукції групи I ($1,5 < 1,75$) і аж на 1 одиницю групи II ($1,5 < 2,5$).

Висновки

Просування готової продукції на ринку є кінцевим етапом вертикальної інтеграції у молокопродуктовому підкомплексі. Викладені вище результати досліджень дають підстави стверджувати про доцільність створення переробними підприємствами власної торговельної мережі по реалізації продукції. Коли збут здійснюється через фірмові магазини, то продукція пропонується споживачеві за нижчими цінами, ніж в середньому на ринку, за рахунок меншої торговельної надбавки. Крім того, молокопереробне підприємство в такому випадку має можливість впливати на рівень цін для споживачів. Якщо ж молокозавод реалізує готову продукцію різним магазинам чи ресторанам, то втрачається контроль за кінцевими цінами через встановлення торговельної надбавки роздрібним реалізатором, в результаті чого молокопереробне підприємство може втратити свого споживача. Крім того, створення власної торговельної мережі скорочує строки надходження коштів від реалізації продукції за рахунок підприємства або господарства.

Тому питання збутової інтеграції є не менш важливим, ніж виробничої, оскільки втрачені споживачі молочної продукції конкретного переробного підприємства — це скорочення прибутків як виробників молока, так і самих переробників, що входять до інтегрованого об'єднання.

Фірмові магазини можуть створюватися за рахунок нового будівництва, викупу магазинів або їх оренди в інших власників, переобладнання придбаних або орендованих приміщень. Практика свідчить про економічну доцільність розширення функцій і асортименту фірмових магазинів за рахунок торгівлі, окрім основної продукції, іншими продовольчими і промисловими товарами, що розширює фінансові можливості інтегрованих формувань і зміцнює їх економічне становище. В умовах нестачі обігових коштів нормальне функціонування інтегрованих структур без достатньої кількості магазинів практично неможливе.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Ємцев В. Конкурентоспроможність молокопереробних підприємств України / В. Ємцев // Продовольча індустрія АПК. - №3. - 2011. - Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/chem_biol/Piapk/2011_3/11viedeu.pdf
2. Тарасюк Н. М. До питання формування еквівалентного обміну в системі економічних відносин підприємств молокопродуктового підкомплексу АПК / Н. М. Тарасюк, О. О. Адлер, О. Г. Ратушняк // Вісник Вінницького політехнічного інституту. — 2013. — № 2. — С. 43–47.
3. Андрійчук В. Г. Економіка підприємств агропромислового комплексу: підручник. / В. Г. Андрійчук. — К.: КНЕУ, 2013. — 624 с.
4. Безсмертна О. В. Вплив економічної ефективності розвитку молокопродуктового підкомплексу / вінницької області на рівень споживання населенням молочних продуктів / О. В. Безсмертна // Вісник Хмельницького національного університету. — Хмельницький: ХНУ, 2010. — № 1. — Том II. — С. 195-198.
5. Зіновчук ВВ Сільськогосподарська кооперація в Україні: quo vadis?/ВВ Зіновчук//Кооперативний маркетинг в агробізнесі: проблеми і перспективи розвитку в Україні: матеріали Всеукр. наук.-практ. конф., присвяч. Міжнар. року кооперативів, 5–7 квіт. 2012 р.—Житомир: ЖНАЕУ, 2012.—С. 17–25.
6. Малік М.І. Інтеграція — як фактор підвищення ефективності реформованих сільськогосподарських підприємств / М.І. Малік, М.К. Горлатий, П.М. Федієнко. — К.: ІАЕ УААН, 2000. — 40 с.
7. Ткачук С.П. Перспективи формування пропозиції на регіональному ринку молока в умовах інтеграції / С.П. Ткачук // Біоресурси і природокористування. — 2010. — Том 2, №1–2. — С. 145 – 150.

8. Крикавський Є. Логістика. Для економістів: Підручник / Є. Крикавський. – Львів: Видавництво національного університету «Львівська політехніка», 2004. – 448 с.

9. Мороз О.В. Системні фактори ефективності логістичної системи постачання на підприємствах / О.В. Мороз, О.В. Музика – Монографія. – Вінниця: УНІВЕРСУМ – Вінниця, 2007. – 163 с.

Тарасюк Наталія Михайлівна – канд. екон. наук, доцент кафедри економіки підприємства і виробничого менеджменту, Вінницький національний технічний університет.

Tarasyuk Natalia Myhailivna – Cand. Sc. (Eng), Assistant Professor of business economics and production management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia

Соціальна спрямованість бізнесу в Україні

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Розглядаються проблеми формування систем соціальної спрямованості бізнесу в Україні. Вивчаються форми прояву соціальної відповідальності підприємств, їхня національна специфіка, вигоди відвід неї для суспільства і для самого підприємства. Загострюється увага на вивченні можливості перетворення соціальної відповідальності на інструмент управління підприємством.

Abstract

The problems forming social orientation of business in Ukraine. The forms of display of social responsibility of enterprises, their national specific, are studied, benefits taking it for society and for an enterprise. Attention becomes sharp on the study of possibility of transformation of social responsibility on the instrument of management an enterprise.

Мета даної статті – показати необхідність та можливості використання принципів соціальної відповідальності бізнесу як важливого й ефективного інструмента управління українськими підприємствами.

На думку багатьох дослідників[1] серед переваг впровадження програм соціальної спрямованості бізнесу (ССБ) для іміджу підприємства є: поліпшення ефективності процесів виробництва, зумовлене необхідністю знаходити, наприклад, приховані важелі винайдення способів зменшення викидів в атмосферу або пристосування виробництва до технологічних, санітарних, екологічних стандартів. Також підтримуючи своїх колег інші вчені[2] вважають за необхідне підвищення мотивації та продуктивності працівників, оскільки всі працівники компанії водночас є громадянами, споживачами, батьками та мешканцями певного міста, турбота про громаду, про суспільство транслюватиметься в турботу про працівників. А отже у цьому напрямку є дуже важливими психологічні фактори мотивації, турбота про працівників обертаються формуванням стабільного соціально-психологічного клімату в організації, що сприяє ефективності праці; а також підвищення ділової та загальносуспільної репутації компанії зменшує ризики від можливої втрати ринків, покращує доступ до нових ринків завдяки кращій репутації компаній.

Головні форми соціалізації бізнесу проявляються саме через заходи[3], пов'язані із сутністю цих тверджень: - забезпечення трудових прав персоналу, враховуючи створення умов для колективного представництва інтересів і ведення колективних переговорів; - дотримання прав людини на робочому місці; - навчання та розвиток персоналу, планування кар'єрного росту; - зростання заробітної плати, виплата премій і компенсацій; - безпека зайнятості та соціально-відповідальна реструктуризація підприємств; мотивація персоналу, складання планів індивідуального пенсійного забезпечення та індивідуального страхування; - допомога у розв'язанні житлових проблем, можливості для повноцінного відпочинку спортивні й культурні заходи; - вироблення політики та відповідних процедур соціальної відповідальності бізнесу (створення внутрішніх кодексів, інструментів та соціальних стандартів менеджменту); - удосконалення відносин зі споживачами (дотримання стандартів якості продукції, урахування культурної специфіки споживача, задоволення потреб споживачів, які мають спеціальні вимоги до споживчих благ, захист конфіденційності інформації про клієнтів); - упровадження принципів чесного ведення бізнесу (повага до прав власності, захист добросовісної конкуренції, боротьба з корупцією, уникнення конфлікту інтересів, утримання від діяльності у неетичних сферах тощо); - соціально й екологічно збалансована торгівля (етичні відносини з партнерами, управління каналами постачань, заходи, спрямовані проти контрабанди, зміцнення зв'язків з місцевими виробниками); - прозорість діяльності та звітність перед акціонерами, дотримання прав акціонерів, забезпечення дивідендів; - сертифікація відповідності системам управління якістю, здоров'ям і безпекою; - управління ризиками і змінами; - соціальні інвестиції, соціально відповідальний маркетинг та ін. [4]

Дослідження [5] також показало, що в Україні не використовується ряд практик, які вже стали традиційними на Заході: урахування культурної специфіки споживача, використання системи соціального маркування продукції, зворотній зв'язок зі споживачами, надання інформації про якість і безпеку продукції, застосування принципів оцінки життєвого циклу продукту, моніторинг впливу на довкілля, уникнення використання генетично модифікованих продуктів тощо. Переважно соціальна відповідальність бізнесу в Україні розвивається за двома напрямками, один з яких скерований усередину компаній, а другий – зовні, на розвиток території, регіону, суспільства в цілому.

Головними соціально відповідальними суб'єктами бізнесу виступають: крупні компанії з містоутворюючими підприємствами, які несуть значну частку відповідальності за підтримання соціальної сфери регіону, активно співпрацюють із місцевими органами влади у реалізації соціальних проектів; спільні підприємства, які, як правило, не мають соціальної інфраструктури, але проводять разові соціальні акції; нові підприємства, які переважно під тиском держави беруть на себе частку соціальної відповідальності. Щодо внутрішньої скерованості існують такі напрями соціальної відповідальності бізнесу: 1) надання соціальних пакетів (соціальне страхування, кошти на лікування, відпочинок, оплату оздоровлення дітей, оплату послуг мобільного зв'язку тощо); 2) безпосереднє надання послуг працівникам на власних об'єктах. На вибір форм соціалізації бізнесу впливають різноманітні фактори: соціально-економічний стан країни; наявність історичної та культурної спадщини, досвіду соціалізації бізнесу; менталітет населення, регіональні та місцеві особливості соціального розвитку, моральні переконання представників бізнесу; тиск з боку громадськості; державні вимоги; прибутковість бізнесу. [6]

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Інноваційний менеджмент: навчальний посібник / Козловський В.О., Азарова А.О., Лесько О.Й., Небава М.І., - Вінниця: ВНТУ, 2012.-130с.
2. Петрушенко Ю.Н., Дудкін О.В. формування інституту позитивної соціальної відповідальності . Научные труды ДонНТУ. Серия: экономическая. Выпуск 37-3. 25- 30.
3. Соціально-економічний стан України: наслідки для народу та держави: національна доповідь / За загальною редакцією В.М.Гейця, А.І.Даниленка, М.Г.Жулинського, Е.М.Лібанової, О.С.Онищенка. – К.: НВЦ НБУВ, 2009. – 687 с.
4. Мельник С.В. Соціальна відповідальність бізнесу як складова соціальної політики України / С.В.Мельник // Економіка та держава. – 2007. – №5. – С.72.
5. Грабовецький Б.Є. Основи економічного прогнозування: Навчальний посібник. – Вінниця: ВНТУ, 2004.- с. 155
6. Бізнес-планування : Навчальний посібник для студентів спец. "Менеджмент організацій" / Володимир Олександрович Козловський, Олександр Йосипович Лесько; В.о. Вінниц. нац. техн. ун-т.– Вінниця : ВНТУ, 2005.– 189 с.200

Автор: Костюк Тетяна Сергіївна, студентка групи МОв-14(б) факультету менеджменту Вінницького національного технічного університету, м.Вінниця

Author: Tatyana Kostyuk, student of Mov-14 (b) faculty of management Vinnytsia national technical university, Vinnitsa

Науковий керівник: Козловський Володимир Олександрович, к.е.н., доцент, професор кафедри економіки підприємства та виробничого менеджменту Вінницького національного технічного університету, м.Вінниця, V@vin.ua

Supervisor: Kozlovsky Volodymyr Oleksandr, k.e.n., associate professor, professor of department of economy of enterprise and production management of the Vinnytsia national technical university, m. Vinnytsia, V@vin.ua

АНАЛІЗ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

Вінницький національний технічний університет

Анотація. В роботі проаналізовано стан інноваційної діяльності промислових підприємств України, а саме питома вага реалізованої інноваційної продукції, питома вага підприємств, що займалися інноваційною діяльністю, кількість впровадження нових технологічних процесів і освоєння виробництва нових видів виробів промисловими підприємствами, джерела фінансування інноваційної діяльності. Розроблено рекомендації щодо покращення інноваційної діяльності промислових підприємств.

Ключові слова: інновації, інноваційна активність, інноваційна діяльність.

Abstract. The paper analyzed the innovation of industrial enterprises of Ukraine, namely the proportion of sales of innovative products, the share of firms involved in innovation activities, the number of new technological processes and development of new kinds of industry, funding innovation. Recommendations for improving innovation enterprises.

Keywords: innovations, innovative activity, industrial enterprises.

Розвиток економіки країни напряму залежить від рівня та стану інноваційної активності її промислових підприємств, який в свою чергу пов'язаний з низкою чинників, серед яких основними є: рівень підготовки наукових кадрів, рівень фінансування інноваційних проектів на підприємствах, використання венчурного капіталу та інших факторів. Інноваційна активність промислових підприємств є одним із можливих способів підвищення конкурентоспроможності продукції вітчизняних виробників та економіки країни в цілому.

Питаннями інноваційної активності промислових підприємств займалися вітчизняні та зарубіжні вчені, серед яких можна виділити праці Федулова Л.І., Шовкун І.А. [1], (питання щодо формування стратегії соціально-економічного розвитку України на інноваційній основі), Романчик Т. В. [2] (дослідження інноваційної активності підприємств, визначення залежності конкурентоспроможності країни на світовому рівні від показників інноваційної активності), Амоші О.І. [3] (опрацьовано методологічні підходи до інноваційного оновлення техніко-технологічної бази промислового комплексу України, Вишневського В.П., Землянкін А.І. [4] (вивчення тенденції інноваційного розвитку регіонів та шляхи активізації інноваційної діяльності в регіонах), Котлярчика Х.П. [5] (дослідження інноваційних процесів в Україні) та багато інших [6-14].

Аналіз активності впровадження інновацій на промислових підприємствах України свідчить про тенденцію до її зниження, хоча в період з 2001 по 2007 рік вона мала динамічний характер, так питома вага реалізованої інноваційної продукції в обсязі промисловості в 2001 році склала 6,8%, 2002 – 7%, 2003 – 5,6%, 2007 – 6,7, а в 2014 році зменшилась до 2,5% (в Євросоюзі – 75%). Падіння даного показника з 2007 року в тому числі пов'язано з фінансово-економічною кризою в світі. Однак в багатьох країнах світу наслідки кризи спричинили поштовх до інноваційної активності підприємств, впроваджуючи процесні інновації, які є менш капіталомісткими і спрямовані на економію матеріальних, трудових і енергетичних ресурсів. Однак, в Україні дані тенденції не були враховані, що спричинило падіння розвитку промислових підприємств, зниження конкурентоспроможності продукції, збільшення в експорті продукції первинної переробки, мінеральної сировини.

За даними Державного комітету статистики питома вага підприємств, що впроваджували інновації в період з 2000 по 2005 рік зменшувалася і становила відповідно 14,8% і 8,2%, а з 2006 року почала зростати і в 2014 році склала 12,1% або 1208 підприємств [15]. Дане зростання відбулося за рахунок впровадження продуктивних інновацій таких як виробництво харчових продуктів, напоїв, тютюнових виробів, виготовлення виробів з деревини, виробництво паперу, поліграфічна діяльність, основних фармацевтичних продуктів і фармацевтичних препаратів хімічної та нафтохімічної промисловості, електронної та оптичної продукції, електричного устаткування.

Інноваційна активність промислових підприємств характеризується також такими показниками, як впровадження нових технологічних процесів і освоєння виробництва нових видів виробів. В період з

2007 по 2011 рік спостерігається зростання кількості впроваджуваних нових технологічних процесів з 1419 до 2510 одиниць відповідно але в 2014 році падає до 1743. Щодо освоєння виробництва інноваційних видів продукції спостерігається тенденція до їх скорочення, так у 2014 році промисловими підприємствами України було освоєно виробництво 3661 видів нової продукції, що у сім разів менше показника 2002 р., коли було створено 22847 видів інноваційної продукції.

У 2014р. інноваційною діяльністю у промисловості займалися 1208 підприємств, або 12,1% обстежених промислових підприємств (у 2013р. – 1715 підприємств, або 16,8%). Для порівняння у США, Японії, Німеччині й Франції частка інноваційних підприємств становить 70–80% від їх загальної кількості [6]. Серед регіонів більшою за середню в Україні частка реалізованої інноваційної продукції була Сумській, Полтавській, Закарпатській, Херсонській, Івано-Франківській, Харківській та Кіровоградській області [7].

Основним джерелом фінансування інноваційної діяльності залишаються власні кошти підприємств оскільки в держави бракує коштів для реалізації інноваційних проектів, а іноземні інвестори не мають бажання вкладати їх в економіку України. Частка власних коштів підприємств на реалізацію інноваційних проектів у 2014р. значно зросла і становила 85% загального обсягу витрат порівняно з 2013 – 72,9%. Фінансову підтримку держави в 201 році отримали 9 (в 2013 – 10 підприємств) підприємств із держбюджету і 12 (в 2013 – 24 підприємства) – з місцевих бюджетів, загальна частка отриманих коштів становила 4,6% загального обсягу фінансування інноваційної діяльності (у 2013р. – 1,9%) [7,8].

У 2014 році інноваційна активність зросла на підприємствах з виробництва основних фармацевтичних продуктів і фармацевтичних препаратів (38,2%), комп'ютерів, електронної та оптичної продукції (34,0%), інших транспортних засобів (33,9%), підприємства з добування металевих руд (30,4%), підприємства з іншої діяльності щодо поводження з відходами (28,6%) та машинобудування (27,0%) [7].

З проведеного аналізу статистичних даних видно, що інноваційна активність промислових підприємств за останні роки суттєво зменшилась. Про це ще говорить середній коефіцієнт впровадження інновацій, який в Україні не перевищує 5 %. Даний показник показує відсоток прибутку підприємства, який виділяється на модернізацію та впровадження нових технологій і повинен становити більше 15%.

Таким чином проаналізувавши сучасну тенденцію з низькою інноваційною активністю підприємств України розроблено шляхи покращення інноваційної діяльності промислових підприємств, які полягають в наступному.

1. Відпрацювання системи раціональної взаємодії малих венчурних підприємств з середніми та великими підприємствами, яка дає малим підприємствам доступ до фінансових ресурсів, можливість отримання консультацій з питань виробництва, фінансів, управління персоналом, що забезпечує швидкість прийняття рішень та гнучкість управління. Вдосконалення механізму державної підтримки венчурних підприємств шляхом зменшення ставки податку на прибуток.

2. Налагодження державної підтримки промислових підприємств, які активно займаються інноваційною діяльністю шляхом застосування індексу інноваційної активності промислових підприємств, які беруть участь у інноваційних процесах.

3. Вдосконалення нормативно-правової бази, яка регулює впровадження інновацій на промислових підприємствах. Збільшення виконавчої дисципліни міністерств і відомств, налагодження належного контролю за використанням фінансів на інноваційні проекти з боку органів виконавчої влади усіх рівнів.

4. Надання пільгових кредитів, середньострокових кредитів зі зниженими кредитними ставками, субсидій, митних пільг суб'єктам наукової діяльності, які реалізують нову продукцію, нову техніку на ринку, за умови, що прибуток від діяльності буде реінвестовано в розвиток інноваційної інфраструктури.

5. Страхування ризиків, які пов'язані з інноваційною діяльністю підприємств.

6. Розвиток трансферу технологій, який передбачає передачу навичок, знань, технологій, методів виробництва, зразків виробництва між урядами та іншими установами, що робить технології доступними для широкого кола споживачів та забезпечує розвиток науково-технічного прогресу шляхом створення нових продуктів, процесів, матеріалів або послуг.

7. Формування механізму кластерної взаємодії малих промислових підприємств з технологічними інноваціями, призначення якого полягає у забезпеченні досягнення поставлених цілей цими

підприємствами, з урахуванням загального потенціалу підприємства, шляхом побудови ефективних партнерських зв'язків між усіма можливими учасниками кластеру.

8. Забезпечення ефективної співпраці промислових підприємств з Інноваційною палатою України, яка є єдиним неприбутковим громадським об'єднанням громадян України, які зацікавлені в інноваціях та впровадженні нових технологій.

9. Створення досконалої системи інноваційно-інформаційного забезпечення шляхом об'єднання фахівців з різних підрозділів, які займаються науково-дослідними розробками, проектно-конструкторськими роботами, маркетинговими дослідженнями, виробничою реалізацією інновацій, управлінням фінансами та іншими видами діяльності, які пов'язані з реалізацією інноваційних проектів. Така система буде ефективною, при використанні на підприємстві матричної моделі управління, яка об'єднує усіх вище перерахованих фахівців для реалізації інноваційного проекту і має тимчасовий характер.

10. Створення маркетингових груп на підприємстві, які займаються інформаційним забезпеченням новинок на ринку та беруть активну участь у генеруванні нових ідей щодо оновлення асортименту продукції, впровадження нових технологій та впровадження організаційних інновацій на підприємстві.

11. Підготовка інноваційно мислячої молоді шляхом її спрямування на генерування перспективних науково-технічних ідей та пошук шляхів їх практичної реалізації. Підвищення кваліфікації персоналу, який займається інноваційною діяльністю на промислових підприємствах.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Федулова Л. І. Підходи до формування дієвої інноваційної стратегії України / Л. І. Федулова, І. А. Шовкун // Наука та інновації. – 2009. – Т. 5. – № 3. – С. 5–15.
2. Романчик Т. В. Аналіз інноваційної активності України / Т. В. Романчик // Бізнес інформ. – 2014. – № 5. – С. 111–115.
3. Амоша О. І. Інноваційний шлях розвитку України: проблеми та рішення / Амоша О. І. // Економіст. – 2005. – № 6 – С. 28.
4. Амоша О. І. Регулювання регіонального розвитку в Україні [Електронний ресурс] / О. І. Амоша, В. П. Вишневський, А. І. Землянкін, та ін. – Режим доступу: http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/2790/st_33_7_NEW.pdf?sequence=4
5. Котлярчик Х. П. Розвиток інноваційних процесів в Україні [Електронний ресурс] / Х. П. Котлярчик // – Режим доступу: <http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=72531>
6. Андрощук Г. О. Інноваційна діяльність в Україні: економічний механізм стимулювання / Г. О. Андрощук // Інтелектуальна власність. – 2000. – № 12. – С. 23–28.
7. Білоконь О. І. Інноваційна діяльність промислових підприємств у 2014 році [Електронний ресурс] / О. І. Білоконь. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
8. Ратушняк О. Г. Аналіз інноваційної активності промислових підприємств України [Текст] / О. Г. Ратушняк, О. Г. Лялюк // Вісник ХНУ. Серія "Економічні науки". – 2015. – № 2, т. 1. – С. 132–135.
9. Козловський В. О. Управління інноваційним потенціалом промислових підприємств [Текст] : монографія / В. О. Козловський, А. В. Причепа. – Вінниця : ВНТУ, 2013. – 184 с.
10. Козловський В. О. Інноваційний менеджмент [Текст] : практикум / В. О. Козловський, О. Й. Лесько. – Вінниця : ВНТУ, 2006. – 166 с.
11. Адлер О. О. Особливості методики визначення економічної ефективності впровадження інноваційного обладнання на підприємствах гірничодобувної галузі [Текст] / О. О. Адлер, Н. М. Тарасюк // Економіка, освіта, наука: інтеграція та синергія : матеріали міжнародної науково-практичної конференції, Братислава, 18–21 січня 2016 р. - Київ : Вид-во "Центр навчальної літератури", 2016. - Т. 1. - С. 7–8.
12. Нікіфорова Л. О. Теоретико-ігрова модель для вмотивованого законодавчого закріплення механізму інноваційного зростання економіки країни за рахунок випуску високотехнологічної продукції [Текст] / Л. О. Нікіфорова // Економіка та держава. - 2014. – № 11. – С. 63–67.
13. Формування механізму кластерної взаємодії малих підприємств з технологічними інноваціями / Л. Д. Глущенко // Економіка : реалії часу. Науковий журнал. - 2013. - № 5 (10). - С. 109–117.
14. Несен Л. М. Методико-організаційні підходи до становлення інноваційної сфери в Україні [Текст] / Л. М. Несен // Соціально-економічні пріоритети сталого розвитку (збірник наукових праць). – К: Ін-т економіки НАНУ, 2003. – С. 19–30.
15. Наукова та інноваційна діяльність в Україні [Текст] : статистичний збірник / Державна служба статистики України. – Київ, 2013. – 287 с.

Ратушняк Ольга Георгіївна, к. т. н., доцент Вінницького національного технічного університету, м. Вінниця, ogratushnyak@mail.ru.

Реформа місцевого самоврядування – ключовий етап для формування стійкого розвитку громад

Вінницька обласна Рада

Анотація. Актуальність досліджуваної теми зумовлена необхідністю реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні, що передбачає розширення повноважень органів місцевого самоврядування на різних рівнях адміністративно-територіального поділу. У разі її реалізації зросте необхідність вдосконалення громадського контролю за діяльністю цих органів з метою уникнення корпоратизації системи місцевого управління.

Ключові слова: місцеве самоврядування, територіальні громади, об'єднання, бюджет, перспективний план.

Abstract. The relevance of the subject due to the need of reforming local government and territorial organization of power in Ukraine that would expand the powers of local governments at various levels of administrative and territorial division. When its implementation will increase the need to improve public control over the activities of these bodies in order to avoid the corporatisation of local government.

Keywords. local government, local communities, associations, budget roadmap.

Процес реформування місцевого самоврядування [1] передбачає формування триступеневої структури органів місцевого самоврядування. Проте фактично нічого не зміниться, окрім назв. Найбільших змін варто очікувати на рівні громад, котрих за оцінками експертів має утворитись близько 1500 тис. одиниць у порівнянні із зараз існуючими 11 338 сільськими, селищними та міськими радами районного значення [2].

За роки Незалежності в Україні зникло 34 селища та 494 сіл у зв'язку з відсутністю жителів, не враховуючи тих населених пунктів, що об'єдналися чи були включені у межі інших адміністративно-територіальних одиниць [3].

Очікуваним результатом реформи має бути отримання економічно, фінансово та інфраструктурно спроможних громад. Також планується сформувати нові еліти на місцях; встановити горизонтальні відносини між державними органами, місцевим самоврядуванням, приватним сектором; отримати ширші управлінські можливості та ресурсну базу; отримати інструменти для формування інвестиційного середовища; забезпечити вирішення соціальних проблем; сформувати нові світоглядні та культурно – освітні підходи для конструювання регіональних особливостей, що наповнюватимуть єдиний загальноукраїнський контекст.

Першим кроком у реформуванні стало розпорядження Кабміну від 1 квітня 2014 р. «Про схвалення Концепції реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні» [1], що в цілому пояснювало основні складові майбутнього реформування місцевого самоврядування. У червні 2014р. був прийнятий Закон України «Про співробітництво територіальних громад» [4], котрий дав можливість здійснити перші кроки щодо об'єднаних процесів між територіальними громадами: з'явилась можливість встановити співпрацю щодо передачі окремих функцій органом місцевого самоврядування іншому, з відповідною передачею ресурсів; реалізації спільних проектів, їх координацію та використання об'єднаних наявних ресурсів; спільного утворення та утримання підприємств, установ та інфраструктурних об'єктів; утворення спільного органу управління над об'єктами обумовлених у рамках співробітництва. Законом відведено значну роль мешканцям громади, зокрема вони можуть приймати участь не лише у процесі узгодження деталей та особливостей співпраці між громадами, а й бути ініціаторами її започаткування чи припинення. У підтримку цих процесів Мінрегіонбуд у серпні минулого року видав Наказ «Про затвердження примірних форм договорів про співробітництво територіальних громад», де оприлюднив п'ять варіантів договорів про укладання співпраць між територіальними громадами [5].

Загальним інструментарієм об'єднання став Закон України «Про добровільне об'єднання територіальних громад», а основні принципи та характеристику цього процесу закладено в Законі України «Про засади державної регіональної політики».

Основними принципами реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади встановлено:

- визначення обґрунтованих засад діяльності органів місцевого самоврядування та виконавчих органів влади, здатних забезпечувати доступні та якісні послуги громадянам;
- створення надійних матеріальних, фінансових та організаційних умов для забезпечення прямих та делегованих інтересів громадян органами самоврядування (право місцевих громад на організацію та проведення місцевого референдуму);
- розподіл повноважень в системі місцевого самоврядування та виконавчими органами влади на всіх рівнях адміністративно-територіальної системи на принципах субсидіарності та децентралізації влади;
- створення механізму державного контролю за виконанням рішень органами місцевого самоврядування згідно з Конституцією та законами України;
- якомога більше залучати населення до прямого державного правління та прийняття рішень на рівні селища, села, громади тощо.

Урядом України була затверджена «Методика формування спроможних територіальних громад [6] – цей документ остаточно сформував набір критеріїв щодо об'єднання громад. Перш за все враховуватиметься їхній соціально – економічний та інфраструктурний потенціал, братимуться до уваги історичні, етнічні, культурні, природні чинники, що можуть відновити межі територій адміністративних одиниць, що існували в минулому. Також ключовим буде принципи субсидіарності, що пояснює передачу владних повноважень на найнижчий рівень управління для найбільш якісної їх реалізації.

Важливим питанням є визначення центрів громад. Ключовим фактором при цьому має стати швидка медична допомога, оскільки згідно постанови Кабміну «Про норматив прибуття бригад екстреної (швидкої) медичної допомоги на місце події [7], вона повинна доїжджати до пункту призначення, з врахуванням ургентних ситуацій, не пізніше ніж за 20 хвилин (дорогою з твердим покриттям). Отже це й пояснюватиме те, що відстань від центру громади до її крайньої точки поселення повинно становити 10 -15 кілометрів. При об'єднанні населені пункти зберігають свій статус сільської чи міської місцевості, але назва об'єднаної територіальної громади мала б бути похідною від адміністративного центру цієї громади.

На місцях, керуючись прийнятою «Методикою формування спроможних територіальних громад», розроблятимуться перспективні плани, що пояснюватимуть етапи процесу об'єднання: на першому етапі будуть визначатись потенційні адміністративні центри з числа міст районного та обласного значення; на другому формуватиметься зона доступності населених пунктів до цих центрів; на третьому – визначатимуться адміністративні центри, що знаходяться за межею доступності. Перспективний план дозволить детально організувати процес об'єднання територіальних громад, зокрема передбачити не лише адміністративно – управлінську складову, але й розвиток інфраструктури та залучення фінансів.

Мешканці можуть приймати широку участь у об'єднувачому процесі, зокрема бути її ініціаторами, а також приймати участь на громадських слуханнях, обговореннях, консультаціях в робочих групах, щодо формування умов об'єднання тощо.

Але немає чіткості, щодо процедури громадських слухань у законодавчому полі, зокрема оцінка їх результатів, кількість учасників, форма проведення тощо. Вона мала б бути врегульована Статутом територіальної громади, що існує у небагатьох громадах, а пояснення «громадських ініціатив» у існуючих статутах значно різняться.

Проте найгострішим питанням є земля, зокрема право на її користування, за межами населеного пункту. Фактично це право належить районному рівню влади, котрі не завжди враховують думку громади, котра потенційно претендує на цю землю, тому повноваження щодо розпорядження землями за межами населених пунктів повинне бути передане раді громади.

Найважливішим питанням щодо стимулювання та реалізації об'єднання територіальних громад є фінансова підтримка, яка відбуватиметься у формі субвенцій для формування інфраструктури згідно стратегічних програм розвитку територій. Запит до Уряду щодо надання таких субвенцій подаватиме обласна державна адміністрація на основі звернення місцевої ради об'єднаної територіальної громади. Ризик в тому, що фінансова підтримка надаватиметься після об'єднання. До того ж субвенція повинна розподілятися пропорційно до площі об'єднаної територіальної громади і кількості сільського населення у ній.

Сьогодні, після внесення змін у Бюджетний та Податковий кодекси, здійснено кроки, що «прямо» спонукають територіальні громади до об'єднання. Сільські, селищні та міські ради районного значення тепер, після цих змін, можуть здійснювати видатки лише на власні органи місцевого самоврядування а також залишають за собою право на загальні видатки, що можуть реалізувати усі місцеві бюджети, що вказані у статті 91 Бюджетного кодексу (далі БК). Але як правило, місцеві бюджети, насамперед сільські та селищні, ледь справляються із виплатою комунальних послуг та зарплат своїм виконавчим апаратам, тому абсолютна більшість не реалізовує видатки вказані у цій статті, котра в цілому включає: утримання пожежної охорони, муніципальної дружини, житлово – комунальну сферу, благоустрій, будівництво та інші [8].

В результаті об'єднання, громади отримають суттєво більше функцій та відповідальностей, оскільки до об'єднання, вони могли утримувати лише свою установу самоврядування та здійснювати загальні видатки органів місцевого самоврядування, то тепер отримають заклади освіти, соціального захисту та інше.

Натомість доходи громад, що об'єдналися прогноуються значно більшими. До загального фонду поступатиме 60% податку на доходи фізичних осіб (ПДФО), що фактично є одним із ключових податків; 10% податку на прибуток підприємств, крім державної власності.

Процес реформування місцевого самоврядування ще не набрав обертів і насамперед вимагає ухвалення нових законів та змін до вже існуючих, найважливіші серед них: Закон України «Про місцеве самоврядування», «Про адміністративно – територіальний устрій», «Про місцеві державні адміністрації» та інші загальні, галузеві та закони, що пояснюватимуть участь громадян – насамперед Закон України «Про вибори до органів місцевого самоврядування».

Реалізація добровільного етапу реформи можлива лише при широкій активності усіх середовищ та її учасників, починаючи від уряду, закінчуючи пересічним українцем, кожен повинен бути включеним у цей процес [9]. Тому важливо самостійно об'єднатись, оскільки зараз існує багато можливостей, щодо варіантів об'єднання, в іншому випадку – прийде час, і це буде здійснено примусово.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Про схвалення Концепції реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні [Електронний ресурс]. – 2014. – Режим доступу до ресурсу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/333-2014-%D1%80>.
2. Електронний довідник «Україна. Адміністративно-територіальний устрій» [Електронний ресурс]. – 2015. – Режим доступу до ресурсу: <http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/z7503/a002>.
3. За роки Незалежності з мапи України зникло 641 село [Електронний ресурс] // "Тиждень". – 2014. – Режим доступу до ресурсу: <http://tyzhden.ua/News/77330>.
4. ЗАКОН УКРАЇНИ Про співробітництво територіальних громад [Електронний ресурс] // 2014 – Режим доступу до ресурсу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1508-18>.
5. Брезіцький Р. Громади, об'єднуйтесь, враховуючи ризики [Електронний ресурс] / Роман Брезіцький // <http://zaxid.net/>. – 2015. – Режим доступу до ресурсу: http://zaxid.net/news/showNews.do?gromadi_obyednuytes_vrahovuyuchi_riziki&objectId=1350343.
6. Брезіцький Р. Про ризики та вигоди від об'єднання громад [Електронний ресурс] / Роман Брезіцький // <http://kyiv1.org/>. – 2015. – Режим доступу до ресурсу: <http://kyiv1.org/news/pro-riziki-ta-vigodi-vid-obednannya-gromad-042028/>.
7. Постанова КМУ "Про норматив прибуття бригад екстреної (швидкої) медичної допомоги на місце події" від 21 листопада 2012 р. № 1119 [Електронний ресурс]. – 2012. – Режим доступу до ресурсу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1119-2012-%D0%BF>.
8. Бюджетний кодекс України від 08.07.2010 № 2456-VI [Електронний ресурс]. – 2010. – Режим доступу до ресурсу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2456-17/page8>.
9. Небава М. І. Ствердження громадянського суспільства як основна умова реалізації ефективної соціальної політики в Україні / М. І. Небава // Економіка: сучасні проблеми та перспективи розвитку в кризових умовах / Науковий вісник Вінницького кооперативного інституту. Статті та тези доповідей на VII Міжнародній науково-практичній конференції, 19 лютого 2014 р. Вінниця: ТОВ «Мерккьюрі-Поділля», 2014. – С.221-228.

Панасюк Олеся Юрійвна, аспірант, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, tsarukolesya@gmail.com

Небава Микола Іванович, науковий керівник, к.е.н., професор, декан факультету менеджменту Вінницького національного технічного університету

РЕГІОНАЛЬНА ІННОВАЦІЙНА ІНФРАСТРУКТУРА ЯК ОДИН З КЛЮЧОВИХ ЕЛЕМЕНТІВ РЕГІОНАЛЬНОЇ ІННОВАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

У статті розглянуто основні підсистеми регіональної інноваційної інфраструктури. Розкрито їх функції та принципи побудови. Підкреслено, що політика формування в регіоні інноваційної інфраструктури є одним з ключових елементів у побудові ефективної і дієвої регіональної інноваційної системи.

Ключові слова: інновації, економіка регіону, інноваційна інфраструктура, регіональна інноваційна система.

Abstract

In the article there had been considered the main subsystems of regional innovation infrastructure. Reveals their function and construction principles. Emphasized that the policy of forming regional innovation infrastructure is a key element in building effective and efficient regional innovation systems.

Key words: innovation, region economy, innovation infrastructure, regional innovation system.

Низка проведених досліджень показує, що процеси управління регіональним економічним розвитком потребують суттєвої трансформації в частині переходу до моделей економіки, в основі зростання яких стоять інноваційні технології, інтенсивне використання людського капіталу, структурні перетворення [1-2]. Автор у своїй попередній праці визначає таку модель як структурно-інноваційну модель економічного розвитку регіону [1]. Для формування останньої визначальним є проведення активної політики по формуванню сприятливого середовища для розвитку інноваційного підприємництва та стимулювання інновацій. Тобто, формування регіональної інноваційної системи.

Власне концепція функціонування регіональних інноваційних систем (РІС) зародилась відносно недавно, на початку 90-х років ХХ ст. Тут варто в першу чергу відзначити піонерну роботу Ф. Кука [3]. Учений відзначає, що передумовою формування регіональних інноваційних систем є той факт, що інноваційно активні підприємства функціонують в межах регіональних мереж, при цьому співпрацюючи не лише з постачальниками, клієнтами і конкурентами, але і з науковими установами, агенствами підтримки інновацій, венчурними фондами, а також місцевими і регіональними органами влади. При цьому регіональна влада відіграє важливу роль у підтримці інноваційної активності шляхом надання різноманітних сервісів підприємствам та забезпеченні зав'язків між усіма суб'єктами інноваційного процесу [4, с. 13].

Ф. Кук відмічає також, що концепція РІС зароджується в результаті розуміння того, що підтримка і стимулювання інноваційної активності на різних рівнях проведення політики (місцевому, регіональному, національному, міжнародному) є різною. Підприємства, що оперують на міжнародному або національному рівні мають вищий рівень доступу до результатів науково-дослідної роботи, фінансових ресурсів та ринків збуту порівняно із підприємствами, що орієнтуються на регіональний ринок.

Євтухова Т.І. та Легенько Ю.В. [4, с. 21] відзначають, що поступовий перехід до управління інноваційним розвитком на основі формування РІС спричинений існуючими успіхами використання таких моделей, в першу чергу, у США. Так, побудова кластерів високих технологій (штат Каліфорнія і Масачусетс) дозволило Сполученим Штатам здобути світове технологічне лідерство. Подібним шляхом намагається іти також Європа, що зафіксовано у програмі Horizon 2020 [6].

Оскільки регіональна економіка за визначенням є менш диверсифікованою порівняно із національною, то логічно припустити, що інноваційний розвиток на цьому рівні опирається на кластерну основу, тобто обмежену мережу підприємств, що мають можливість впроваджувати,

тиражувати і комерціалізовувати інновації. Враховуючи зазначену тезу, Євтухова Т.І. та Легенько Ю.В. приходять до висновку, що саме регіональні кластери є основою побудови РІС [4, с. 22].

Водночас, зазначені автори виділяють три складових РІС: інфраструктура економіки, ресурси для здійснення інновацій (професійні навички, знання, технології, капітал), інституції забезпечення інноваційної політики (регіональні агенції розвитку, освітні і наукові установи, фінансові інституції). Проте, центральним елементом РІС є власне підприємство, адже саме воно адаптує і перетворює інновацію у готовий продукт для подальшої реалізації на ринку. Підприємства взаємодіють з усіма учасниками інноваційного процесу, результатом чого може стати формування регіональних промислових або сервісних кластерів, галузевих інноваційних систем, що існують в межах РІС [4, с. 39].

Як показують наукові дослідження [7-9] регіональна інноваційна система є достатньо складним і комплексним утворенням, що складається із сукупності підсистем, серед яких найбільш важливими є: підсистема генерації і трансферу знань і технологій, підсистема впровадження і використання знань і технологій, підсистема фінансового забезпечення інноваційної діяльності та підсистема проведення регіональної інноваційної політики. Усі підсистеми тісно взаємодіють як між собою, так і з зовнішнім середовищем: іншими РІС, національною інноваційною системою, іноземними компаніями, міжнародними фондами.

Одним з головних елементів РІС є інфраструктура підтримки інновацій. Відповідно до Закону України про інноваційну діяльність, інноваційна інфраструктура - це сукупність підприємств, організацій, установ, їх об'єднань, асоціацій будь-якої форми власності, що надають послуги із забезпечення інноваційної діяльності (фінансові, консалтингові, маркетингові, інформаційно-комунікативні, юридичні, освітні тощо) [10]. Краснокутська Н.В. і Гарбуз С.В. розуміють під інноваційною інфраструктурою сукупність взаємопов'язаних і взаємодоповнюючих організаційно-управлінських і виробничо-управлінських систем, необхідних і достатніх для ефективного здійснення інноваційної діяльності й реалізації інновацій [11].

Бабаєв В.Ю. та Поронько А.О. дають більш розгорнуте визначення інноваційної інфраструктури, розуміючи під нею сукупність взаємопов'язаних і взаємодіючих організацій, систем, необхідних і достатніх для ефективного здійснення інноваційної діяльності, що об'єднує організації різних видів: інвесторів, посередників, наукові і державні установи, які своєю діяльністю охоплюють увесь інноваційний цикл – від генерації науково-технічної ідеї до реалізації нововведення [78].

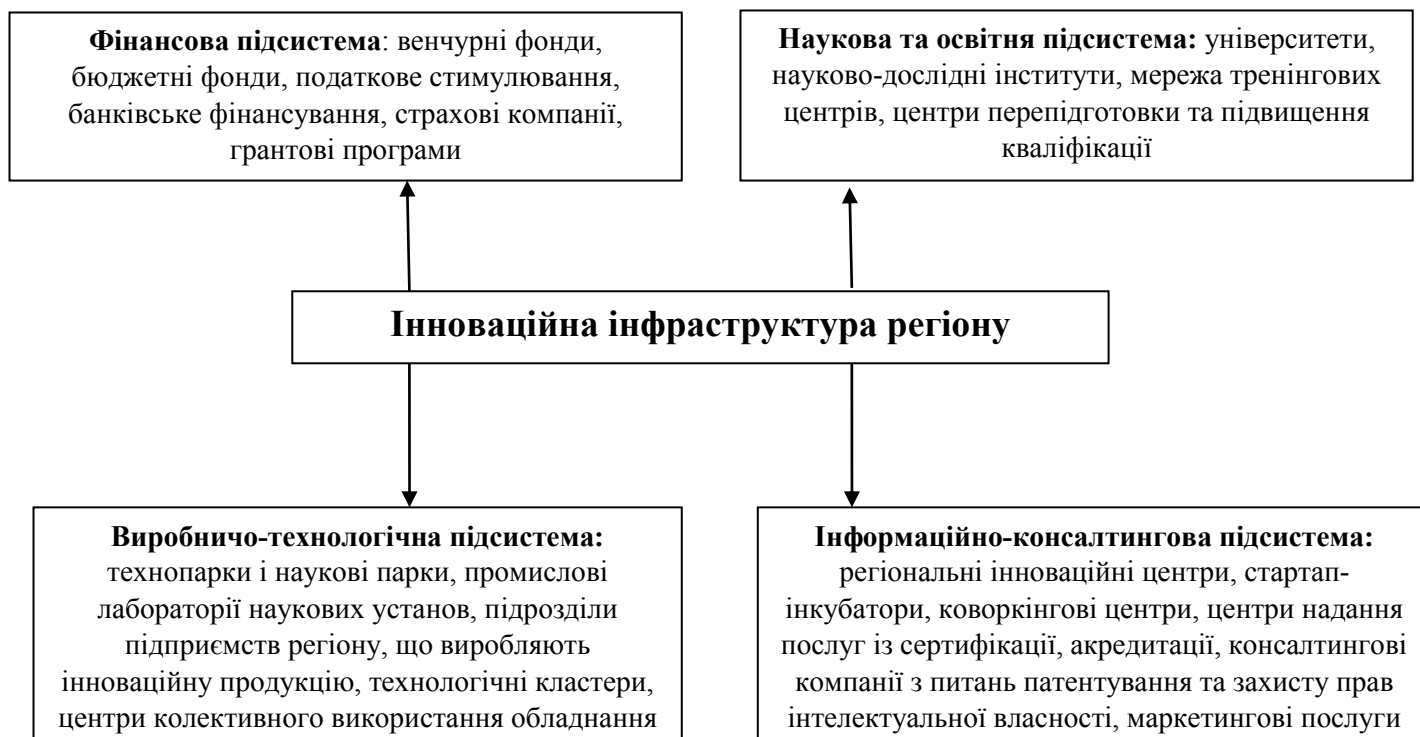


Рисунок 1 – Складові елементи інноваційної інфраструктури регіону

Зображена на рисунку 1 архітектура інноваційної інфраструктури регіону складається з 4 підсистем. Звичайно, аналіз літератури показує, що існують і інші варіації її складових, однак, на думку автора, запропонована схема є достатньо функціональною і повною та, водночас, не громіздкою. Представлена архітектура може слугувати основою для впровадження політики інноваційного та науково-технічного розвитку регіону.

Опис підсистем інноваційної інфраструктури регіону розпочнемо із виробничо-технологічної. Головною задачею цієї підсистеми є створення умов для доступу підприємств (в першу чергу малих і середніх) до виробничих ресурсів і передових технологій. В Україні найбільш поширеною формою існування організацій виробничо-технологічної інфраструктури є технопарки. Причому особливістю є те, що більшість із 12 діючих технопарків (станом на 01.01.2010 року, пізніші дані відсутні) існують навколо потужних науково-дослідних інститутів Національної академії наук або навколо університетів – наприклад, таких як Національний університет “Київський політехнічний інститут” [13]. Це має як свої переваги, так і недоліки.

Технопарки виступають у ролі майданчиків, які з одного боку надають спеціальний економічний режим діяльності (зокрема оподаткування) підприємствам, що функціонують в їх межах, з іншого боку, – технологічні можливості та доступ до технологій, комунікацій, інженерної інфраструктури (електричні мережі, водопостачання, теплопостачання), що дає можливість підприємствам швидше і ефективніше розпочинати інноваційний бізнес.

НДІ та університети мають потужну наукову та кадрову базу для розробки наукових та інноваційних проектів, що в подальшому можуть реалізовуватись інноваційними компаніями. Тому базування технологічних парків навколо наукових і навчальних установ забезпечує швидкий перетік ідей, проектів, висококваліфікованих кадрів у бізнесове русло. З іншого боку, науково-дослідні установи, навколо яких виникли технопарки є державними установами та фінансуються з державного бюджету. А це, в свою чергу, означає дефіцит фінансового ресурсу для розвитку та наявність бюрократичних перешкод.

Наступною важливою підсистемою інноваційної інфраструктури регіону є інформаційно-консалтингова. Основні задачі цієї підсистеми полягають у концентрації максимальної кількості інформації щодо наявних трендів розвитку інноваційного бізнесу, забезпеченні комунікації починаючих підприємців із закордонними та вітчизняними колегами, тренерами та менторами у цій сфері, потенційними інвесторами та венчурними фондами. Окрім цього, організації даної підсистеми надають широкий набір консультаційних послуг, що включає розробку бізнес-планів для починаючих підприємців, супровід інноваційного проекту на початковому етапі реалізації, пошук інвесторів для стартапу, проведення семінарів, конференцій, інших заходів. Важливість функціонування цих структур обумовлюється тим, що інноваційна діяльність має багато специфічних особливостей, знання яких набувається тільки з практичним досвідом. Створення інноваційних підприємств “непрофесійними” менеджерами призводить до того, що імовірність банкрутства таких підприємств є надзвичайно високою. Тому забезпечення доступу до професійних консультацій являється одним із засобів підвищення ефективності ресурсів, що інвестуються в інноваційні проекти [14].

Найпоширенішими формами функціонування організацій інформаційно-консалтингової підсистеми є такі: регіональні інноваційні центри, стартап-інкубатори, коворкінгові центри, центри з питань сертифікації та ліцензування продукції, консалтингові компанії, що займаються патентуванням та наданням послуг із захисту прав інтелектуальної власності.

Регіональні інноваційні центри в більшості випадків створюються як неприбуткові організації, які напряму або частково фінансуються за рахунок коштів державного або місцевого бюджету. В Україні на даний момент функціонує мережа регіональних центрів інноваційного розвитку, що організована за територіальним принципом – один центр на 3-5 областей. Зокрема, і у м. Вінниці функціонує Південно-Західний регіональний центр інноваційного розвитку, діяльність якого розповсюджується на Вінницьку, Хмельницьку та Чернівецьку області.

В розвинутих економіках набуває популярності такий елемент інформаційно-консалтингової підсистеми інноваційної інфраструктури як коворкінгові центри. Коворкінгові центри являють собою офіси, які обладнані відповідною технікою, інформаційно-комунікаційними технологіями та виконують функцію майданчиків для вирощування стартапів, надання консультацій починаючим підприємцям, поширення інформації про новітні тренди у розвитку бізнесу та пошуку інвесторів.

Найбільші переваги від використання коворкінгових центрів отримують малі та середні інноваційні підприємства, оскільки самостійне придбання дороговартісного обладнання для них є

непосильним, а термін окупності з врахуванням невеликих оборотів значним. Іншою важливою перевагою коворкінгових центрів є наявність у їх складі кваліфікованих працівників, що мають досвід роботи з відповідною технікою, що зменшить потребу підприємств у кадрах.

Як наслідок, організація коворкінгових центрів забезпечує низку позитивних ефектів для економіки регіону:

- генерація додаткових об'ємів виробництва товарів і послуг;
- генерація додаткових потоків податкових платежів до бюджетів усіх рівнів;
- підвищення рівня конкурентоспроможності інноваційно активних підприємств регіону;
- створення нових робочих місць для висококваліфікованих працівників;
- загальне підвищення інноваційної активності в економіці регіону.

Надзвичайно важливе місце в системі регіональної інноваційної інфраструктури (як і національної) посідають консалтингові компанії, що надають послуги з питань патентування та захисту прав інтелектуальної власності. Оскільки саме незахищеність прав власності, відсутність можливості отримати прибуток або роялті від власної розробки є стримуючим фактором для науковців, підприємців у занятті інноваціями, особливо в Україні, актуальність існування таких організацій постійно зростає. Варто зазначити, для стимулювання інноваційних процесів в регіоні не лише наявність подібних організацій, але і інтеграція їх у загальноукраїнський та міжнародний простір. Тому що патенти та права інтелектуальної власності, що не визнаються, для прикладу в ЄС, будуть не матимуть жодного значення в контексті виходу компанії на цей ринок.

Ще одним важливим елементом інноваційної інфраструктури регіону є наукова та освітня підсистема. Ця підсистема поряд із виробничо-технологічною носить визначальну роль у можливості регіональної економіки продукувати і тиражувати інновації. Освітня і наукова підсистема включає в себе мережу університетів, науково-дослідних установ, тренінгових центрів, інших закладів, які здійснюють продукування нових знань, проводять науково-дослідні роботи, підготовку та перепідготовку кадрів, забезпечуючи при цьому підвищення якості людського капіталу. Окрім створення нового знання, важливою задачею цієї підсистеми є забезпечення адаптації знань, технологій, наукових досліджень, що продукуються у інших країнах та регіонах країни для подальшого використання в межах регіональної економіки [15].

Слід зазначити, що в Україні, як і у більшості європейських країн питання управління у освітній і науковій галузі відноситься до компетенції центральних органів влади. Однак, регіональна влада у цьому напрямі має певні важелі впливу, зокрема, в частині підтримки і співфінансування університетів у створенні спеціалізованих підрозділів, що займаються інноваціями, центрів трансферу технологій, підрозділів міжнародної технічної і технологічної кооперації. Окрім того, важливим завданням регіональної влади є забезпечення мобільності людського капіталу, що сприяє як підвищенню економічної активності, так і його якості через участь у міжнародних обмінах студентами, міжнародному науково-технічному співробітництві, тощо.

Також, до компетенції регіональної влади відносяться питання управління професійно-технічною освітою. Саме цілеспрямована і ефективна політика у сфері профтехосвіти може забезпечити вирішення актуальних проблем інноваційно активних підприємств, що пов'язані із гострим дефіцитом середнього технічного персоналу і кваліфікованих працівників; старінням кадрів, що є носіями ключових, в тому числі інноваційних технологій.

Головним інструментом вирішення зазначених проблем є реалізація обласних програм із комплексного розвитку професійно-технічної освіти. У Вінницькій області діє програма у цій сфері – Регіональна програма підготовки кваліфікованих робітників на 2016-2020 роки. Основна частина заходів програми направлена на фінансування заходів із модернізації і покращення матеріально-технічної бази закладів професійно-технічної освіти області. При цьому, програма не дає комплексної відповіді на питання підготовки висококваліфікованих робітників для інноваційних галузей економіки.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Мартянов М. П. Структурно-інноваційна модель економічного розвитку регіонів України / М. П. Мартянов // Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. – 2015. – №1(99).

2. Мартянов М. П. Аналіз впливу секторально-галузевої структури економіки на розвиток регіонів України / М. П. Мартянов, М. І. Небава // Вісник Вінницького політехнічного інституту. – 2014. – №4.
3. Cooke P. Regional innovation systems: competitive regulation in the new Europe // Geoforum. – 1992. – №23.
4. Cooke P. Strategies for Regional Innovation Systems: Learning Transfer and Applications // Centre for advanced studies, Cardiff University, 2001.
5. Свтухова Т.І., Легенько Ю.В. та ін. Регіональні інноваційні системи: досвід розвинених країн і перспективи його використання в Україні: навчально-методичний посібник / ДП «Укртехінформ» – Київ, 2013. – 325 с.
6. HORIZON 2020 - Work Programme 2016 - 2017 Europe in a changing world – inclusive, innovative and reflective Societies. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ec.europa.eu/research/participants/data/ref/h2020/wp/2016_2017/main/h2020-wp1617-societies_en.pdf.
7. Charlie Karlsson, Gunther Maier, Michaela Trippel, and others. ICT and Regional Economic Dynamics: A Literature Review. Joint Research Centre – Institute for Prospective Technological Studies. Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2010.
8. National Systems of Innovation; Towards a Theory of Innovation and Interactive Learning / Edt. Lundvall B.-A – London: Pinter, 1992.
9. Nelson R., Rosenberg N. Technical innovation and national systems / National innovation systems: a comparative analysis. – New York, Oxford: Oxford University, 1993. – 560 p.
10. Закон України “Про інноваційну діяльність” від 4 липня 2002 року №40-IV.
11. Краснокутська Н.В., Гарбуз С.В. Інноваційний менеджмент: Навчально-методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни. – К.: КНЕУ, 2005.
12. Бабаєв В.Ю., Поронько В.О. Формування інноваційної інфраструктури України / В.Ю. Бабаєв, В.О. Поронько // Теорія та практика державного управління. – 2011. – Вип. 3 (34).
13. Аналіз діяльності технологічних парків України за 2009 рік // Міністерство освіти і науки України – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://mon.gov.ua/activity/nauka/naukova-diyalnist-u-vnz/innovatsiyna.html>.
14. Небава М. І. Інноваційно-інвестиційні аспекти підвищення конкурентоспроможності економіки регіонів / М. І. Небава, Ю. Ю. Буренніков, Д. М. Бершов // Вісник Вінницького політехнічного інституту. – 2010. – №5.
15. Небава М. І. Узгодженість критеріїв підготовки менеджерів з вимогами ринку праці / М. І. Небава, І. В. Заюков // Модернізація структури та змісту підготовки фахівців з менеджменту організацій і адміністрування: Матеріали Міжнародної науково-методичної інтернет-конференції. Вінниця : ВНТУ, 2013.

Мартянов Максим Петрович – здобувач Вінницького національного технічного університету, начальник відділу аналізу обласних програм та бюджету виконавчого апарату Вінницької обласної Ради.

МАКРОЕКОНОМІЧНІ ТА МІКРОЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ МОДЕЛЮВАННЯ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Вінницький національний технічний університет

Анотація

У статті розглядається взаємозв'язок між макро- та мікроекономічним моделюванням ринкової діяльності підприємства. Доведено, що ринок, як колективний орган є проміжною моделлю між макро- та мікро діяльністю підприємства, тому його прогнозування повинно опиратись на поєднання обох систем. Зроблений висновок, що реалізація фінансово-економічної діяльності підприємства неможлива без сучасних інструментів прогнозування, планування та моделювання.

Ключові слова: макроекономічне моделювання, мікроекономічне моделювання, фінансово-економічна діяльність підприємства, ринок електроенергії, теплова генерація, національне господарство, індекс ринкової концентрації.

Annotation

The article deals with the relationship between macro- and microeconomic modeling of the enterprise market. Proved that market as a collective body is an intermediate model between the macro and micro enterprise activities, so his prediction should be based on a combination of both. The conclusion that the implementation of financial and economic activity of the enterprise impossible without modern tools of forecasting, planning and modeling.

Keywords: macroeconomic modeling, macroeconomic modeling, financial and economic activity of the enterprise market for electricity and thermal generation, the national economy, an index of market concentration.

Сучасні економічні системи характеризуються не лише складністю, а й великою невизначенністю та нестійкістю. Наприклад, світова фінансово-економічна криза показала, що вразливими до зовнішніх та внутрішніх шоків є усі без виключення країни як розвинені, так і ті, що розвиваються. На відміну від фінансового ринку, який було стабілізовано завдяки роботі центробанків, найбільше постраждав саме реальний сектор, відновлення якого відбувається й досі. Отже, особливого значення набуває планування та прогнозування на підприємствах без чого не є можливою їх поточна робота.

Особливістю сучасного планування є те, що керівники підприємств бажають вийти за рамки своєї діяльності та побачити картину в ширшому ключі, до якого будуть належати як ринковий так і макроекономічний аспект. Відомо, що фінансову модель Альтмана, яка поєднує мікроекономічний та галузевий аспект, не можна застосувати до реальності економік транзитивного типу, так само як це роблять у розвинених країнах, тому що економічна практика та особливості макроекономічних систем відрізняються суттєво, а використання відповідних коефіцієнтів неможливо. Тим не менш потреба в урахуванні всіх чинників, які впливають на ринкову кон'юнктуру є надзвичайно великою, а їх перелік постійно розширюється. Оскільки підприємство входить до складу національного господарства, то усі важливі макроекономічні чинники, які можуть дієво впливати на галузевий та ринковий попит обов'язково необхідно враховувати.

До таких чинників належать відповідні цикли підйому та спаду, короткострокового та середньострокового характеру, на які накладаються життєві цикли продукту, або складним чином взаємозалежать. Неокейнсіанські моделі попиту-пропозиції, більш реально віддзеркалюють реальну макроекономічну ситуацію ніж неокласичні, тому що враховують не гнучкість цін та зарплат, суб'єктивні спекулятивні та емоційні чинники, тому їх можна використовувати як прогностичні моделі, особливо у кризові, або після кризові часи [1,2].

Сучасні макроекономічні системи, на відміну від системи планової економіки є великими або малими відкритими системами у яких внутрішній попит та внутрішня пропозиція не збалансовані, у тому сенсі, що якусь частину внутрішнього попиту можна задовольнити імпортними поставками, та навпаки внутрішня продукція, що постачається на зовнішні ринки не задовольняє

внутрішній попит. Такий стан речей дуже ускладнює прогнозування галузевого попиту та пропозиції, але вимагає нового підходу до планування та прогнозування. Кейнсіанська модель попиту-пропозиції AD-AS може бути виведена з мікроекономічних постулатів, або на підґрунті класичної виробничої функції (такої самої, яка застосовується для окремого підприємства), або кривими сукупної пропозиції галузевих ринків. Оба докази є еквівалентними та приводять до однієї моделі еволюційного розвитку кривої сукупної пропозиції AS, але з певними відмінностями від Кейнсіанської моделі AS [3,4].

Наприклад, ми отримали нелінійну форму графіку, яка відповідає стану депресії. Спочатку, перед станом умови повної зайнятості у момент виходу з депресії відбувається зниження цін, що не передбачалось класичною теорією. Але в саме цей момент впровадження рестрикційної монетарної політики є найбільш дієвим, а не тоді, коли економіка дійшла до свого насичення та щось змінити дуже складно. Одним з висновків зазначеної моделі є те, що економічна система сама по собі не може вийти із затяжної рецесії, навіть якщо для цього застосовувати монетарні методи [5,6].

Більш того спроба розглядати національну економіку виключно у агрегованих поняттях не беручи до уваги мікроекономічну поведінку приречено на провали прогнозування, тому сучасні дослідження з макроекономічного моделювання привертають увагу до цієї теми [7]. Так само планування окремого підприємства неможливо без врахування усіх зовнішніх впливів: урядової економічної політики, монетарних впливів національного банку, балансу експорту та імпорту, ринкової конкуренції, платоспроможного попиту з боку населення, впливу кредиторів та дебіторів. Підприємство у сучасних ринкових умовах є головним актором діяльності і саме його цілеспрямована поведінка, за підтримки державних програм є головним потягом економічного розвитку [6]. Ця теза цілком відповідає сталим сучасним ліберальним поглядам, які сповідують уряди України, намагаючись проводити різні реформи.

Ми спробували спрогнозувати розвиток української економіки, базуючись на системному підході до економіки, як взаємозалежних галузей з використанням таблиць МГБ [8]. Загалом можна відмітити, що наші прогнози справдились. Так само модель показала нелінійний (циклічний) розвиток різних галузей у їх взаємозалежності за наявних припущень. Але як варто поводитись окремому підприємству, навіть знаючи майбутній економічний тренд в цілому по економіці? На прикладі ринку електроенергії та галузі електроенергетики, ми показали, що макроекономічний, або навіть галузевий підхід є недостатнім для планування на мікрорівні, що для цього потрібно більш широка модель ніж план окремого підприємства, але менш вузька ніж галузь. Таким чином ми випрацювали системний підхід, у якому підприємство знаходиться в оболонках ринку, а ринок у оболонці макроекономіки. Взаємний їх вплив і підлягає прогнозуванню та плануванню, як з боку підприємства, так і з боку держави [9-12].

У ході теоретичного дослідження можливостей ринків, користуючись аксіомами мікроекономічної теорії, було визначено, що у ході еволюційного розвитку може бути природним перехід від ринків досконалої конкуренції до ринків олігопольних, або навіть монопольних. З цих варіантів найбільш обґрунтованим та підтвердженим є перехід саме до олігопольних ринків. У випадку ще більшої концентрації ринкова економіка ризикує наблизитись до командно-адміністративної та втратити необхідну гнучкість викликам зовнішнього світу [13].

Ми виокремили з можливих ринкових структур олігопольних ринків особливу форму ланцюгового олігопольного ринку, у якому виробники взаємодіють безпосередньо тільки з найбільш близькими до них виробниками продуктів, з якими вони поділяють частку споживчого попиту, при цьому залишаючись локальними монополістами у конкретному сегменті ринкового попиту. Є випадки, коли саме така модель олігополії найкращим чином підходить до пошуку ринкової ситуації. Наприклад у галузі електроенергії, яка побудована як природна монополія. Конкуренція можлива лише з врахуванням територіального розміщення, бо фізична природа товару-електроенергії не передбачає її складування або переміщення, ігноруючи природні канали пропуску. Взаємодіючими конкурентами при цьому є найближче розташовані та гранично дотичні мережі.

Нами було розроблено та практично досліджено новий індекс HHSIF ринкової концентрації на зразок індексу концентрації Херфіндала-Хіршмана (HHI), але виключно на підґрунті фінансової звітності підприємств. Така наукова розробка може бути застосована на олігопольних ринках з метою оцінки впливів економічних реформ, або зміни у структурі ринку на ступінь концентрації

та використання ринкової влади. Індикатор може бути застосований підприємством для оцінки власних впливів на ринкову кон'юнктуру і оцінку впливів конкурентів та є однією з форм прогнозування майбутньої виробничої діяльності [14].

Оскільки в основі планування виробничої діяльності підприємства, у більшості випадків, є фінансове прогнозування або як його ще називають бюджетування, то у ринкових умовах потрібно найбільшу увагу приділяти бюджетуванню з елементами ринково-кон'юнктурного та макроекономічного моделювання. Провівши дослідження найбільш перспективних фінансово-економічних моделей та розробок моделей банкрутства нами було запропоновано спеціалізовану фінансово-економічну модель підприємства на прикладі ринку електроенергії, яка може бути доповнена елементами теорії поведінкових фінансів, з урахуванням особливостей прийняття рішень окремими членами ринкового кола [15-18]. Модельні дослідження ринку електроенергії на момент 2013 року показали високу вірогідність серйозних фінансових проблем у всіх електрогенеруючих підприємств теплоенергетики. Таким чином встає питання того чи може бути найбільш сучасна форма ринкового ціноутворення перспективною саме на ринку електроенергії України, особливо беручи до уваги надзвичайно велику роль електроенергії у становленні економічного розвитку усіх галузей та країни в цілому.

Як було показано більшість ліберальних реформ в Україні мали провальні соціально-економічні наслідки, з врахуванням негативних зовнішніх екстерналій (екологічного забруднення територій), які майже не беруть до уваги у економічних дослідженнях [19, 20]. Подальше дослідження феномену ринкового капіталізму у країнах з транзитивною економікою повинно спиратись на модельний ряд ринкового ціноутворення для розробки дієвих програм економічної підтримки підприємств та самодостатньої діяльності самих підприємств, з метою пристосування до мінливої ринкової кон'юнктури. Тому необхідно розробляти ринкові індикатори та моделі взаємодії ринкового попиту та пропозиції, щоб покращити відновлення виробничої бази та скерувати фінансово-економічні дії підприємств у більш раціональне коло не протистояння, а конструктивної взаємодії із врахуванням найбільш вірогідних можливостей стабільного розвитку.

Література:

1. Что могут рассказать нам Кругман и Стиглиц "The New York Review of Books", США [Електроний ресурс] / Режим доступу: <http://www.nybooks.com/articles/2012/09/27/what-krugman-stiglitz-can-tell-us/>.
2. Палли Томас. Конец неоклассической монополии в экономике [електроний ресурс] / Режим доступу: <http://www.day.kiev.ua/ru/article/mirovye-diskussii/konec-neoklassicheskoy-monopolii-v-ekonomike>.
3. Стрелюк О. В. Термодинамічне агентне моделювання кривої сукупної пропозиції AS / О. В. Стрелюк // Вісник східноукраїнського національного університету ім. Володимира Даля. – 2012. – № 2(173), С.75-84.
4. Карачина Н. П. Моделювання динамічної виробничої функції на основі класичної функції доходу // О. В. Стрелюк / Зб. наук. праць Вінницького національного аграрного університету. Сер.: економічні науки, Вип. 3(69), жовтень 2012. – С. 80-92.
5. Небава М. І. Перехідні стани макроекономічних процесів в економіках транзитивного типу та їх регулювання / О. В. Стрелюк / Проблеми науки 9(165). – 2014.
6. Стрелюк О. В. Аналіз грошового рівняння як важливого регулятора макроекономічної політики / О. В. Стрелюк // Вісник Київського національного університету технології та дизайну. – 2010. – №5 (55), С.108-113.
7. Стрелюк О. В. Економічна термодинаміка як засіб моделювання економічних відносин // Збірник наукових праць студентів Інституту економіки та управління за 2009-2010 н.р. – Хмельницький, 2010. – С. 56-59.
8. Стрелюк О. В. Розвиток підприємства, як структурної одиниці у системі ринкової економіки України / О. В.Стрелюк // Проблеми науки. – 2014. – №2(158).
9. Небава М. І. Економіко-математичне моделювання економічного розвитку України за допомоги міжгалузевого балансу / М. І. Небава, О. В. Стрелюк // Проблеми науки. – 2014. – № 6-7-8.

10. Стрелюк О. В. Передумови введення однорідної матриці для відображення економічної інформації всіх рівнів економіки / О. В. Стрелюк // Проблеми науки. – 2013. – № 6(150). – С. 21-31.
11. Стрелюк О. В. Проблема економічного зростання в Україні та засоби його економіко-математичного моделювання // 36. Наук. праць Вінницького національного аграрного університету. Сер.: економічні науки, Вип. 2(77), – 2013. – С. 80-92.
12. Недосекин А. О. Сводный финансовый анализ российских предприятий за 2000-2003 г.г. / А. О. Недосекин, Д. Н. Бессонов, А. В. Лукашев. – Москва: ЗАО «ИФЭЛ Русь», 2005. – (Банки и риски. Вестник IFEL Rus; №1).
13. Небава М. І. Особливості моделі ціноутворення підприємства на олігопольному ринку / М. І. Небава, О. В. Стрелюк // Проблеми науки. – 2015. – №2(150), С. – 21-31.
14. Роїк О. М. Побудова міри ринкової концентрації виробників на засадах статистичної теорії інформації / О. М. Роїк, Н. П. Карачина, О. В. Стрелюк // Проблеми науки. – 2014. – №3(150).
15. Стрелюк О. В. Математична модель оборотного капіталу у моделюванні операційної та фінансової діяльності підприємства, збірник «Економіко-математичне моделювання соціальних систем», К.: вип.18, 2013. – С. 43-48.
16. Стрелюк О. В. Моделювання фінансово-економічної діяльності підприємства засобами лінійного програмування / О. В.Стрелюк // Проблеми науки. – 2013. – № 9.
17. Небава М. І. Оптимальне фінансово-економічне керування підприємством / М. І.Небава, О. В. Стрелюк // Матеріали 7 Міжнародної науково-практичної конференції професорсько-викладацького складу та практичних працівників галузей народного господарства «Регіон: особливості розвитку і управління в умовах децентралізації влади». – 2015 р, Вінниця. – С. 81-84.
18. Стрелюк О. В. Проблема операційної ефективності у визначенні ринково-орієнтованої поведінки підприємств / О. В. Стрелюк, М. П Мартьянов // Матеріали 1 Міжнародної науково-практичної конференції, «Поведінкові засади розвитку підприємств в контексті менеджменту: генезис та перспективи» 2014 р. – Вінниця
19. Небава М. І. Динаміка розвитку виробництва та соціально-економічної сфери економіки України на підставі таблиць витрати-випуск МГБ / М. І. Небава, О. В. Стрелюк // Проблеми науки № 3-4-5. – 2015
20. Небава. М. І. Забезпечення енергетичної, економічної та екологічної безпеки України в контексті сталого розвитку / М. І. Небава, О. В. Стрелюк // Матеріали V Всеукраїнського з'їзду екологів з міжнародною участю (Екологія / Ecology – 2015). – 2015р, Вінниця. – С. 277-278.

Маркетингова діяльність малих підприємств як чинник їх розвитку

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Проаналізовано особливості маркетингової діяльності на малих підприємствах. Доведено, що в умовах недостатньої державної підтримки малого бізнесу неминуче посилюється роль маркетингу.

Ключові слова

Маркетинг, бізнес, мале підприємство, конкурентоспроможність.

Annotation

The features of marketing activity in small enterprises. It is proved that in conditions of insufficient state support of small business inevitably strengthens the role of marketing.

Keywords

Marketing, business, small business competitiveness.

З утвердженням ринково-конкурентних відносин в економіці України постає питання щодо потреби використання малими підприємствами маркетингових концепцій конкурентоспроможного розвитку [1-2]. Для малого бізнесу діяльність у сфері торгівлі займає найбільшу частку ринку. В такому випадку оборотні кошти підприємства не є великими, тому маркетингові послуги прийнято ігнорувати. Проте на ринку діє висока конкуренція і використання послуг маркетингу представляється доцільним. Це зумовить підвищити конкурентоспроможність малих підприємств та забезпечити їх сталий розвиток.

Досвід розвинутих країн показує, що малий бізнес відіграє велику роль в економіці - його розвиток впливає на економічне зростання, на насичення ринку товарами необхідної якості, на створення нових робочих місць, тобто сприяє вирішенню як економічних, так і соціальних проблем. Малі і середні підприємства становлять 95,77% бізнесу в ЄС, понад 97% усіх компаній азіатсько-тихоокеанського регіону та охоплюють 99,7% усіх працівників США. В Україні 95% складають малі підприємства, які реалізують 15,9% продукції та охоплюють 26,6 % усіх зайнятих працівників.

Аналіз статистичних даних щодо тенденцій розвитку малого підприємництва в Україні свідчить, що кількість малих підприємств в тому числі й мікропідприємств в період з 2010 по 2013 рік мала тенденцію до скорочення. Так, у 2012 році в порівнянні з 2010 роком кількість малих підприємств скоротилась на 13193, мікропідприємств на 13984. Однак в 2013 році кількість малих підприємств знову зросла і їх кількість склала 373809 одиниць, що становить 95% загальної кількості підприємств України (рис. 1) [3].

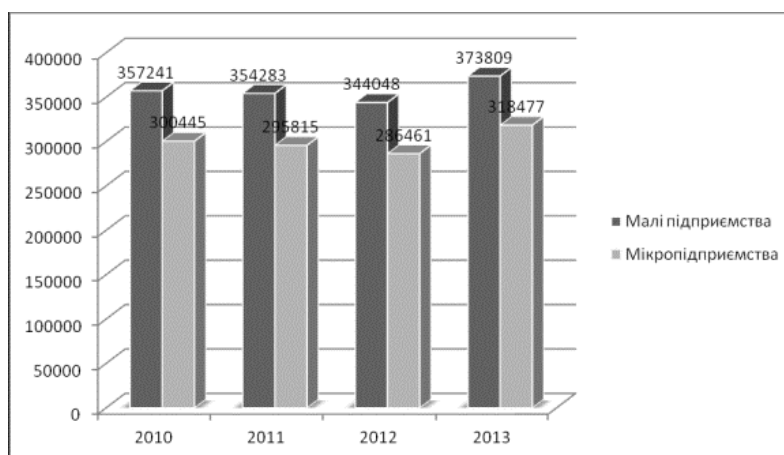


Рис. 1. Динаміка кількості малих підприємств в Україні

Однак, навіть враховуючи зростання кількості малих підприємств за останній рік, кількість зайнятих в них скоротилась ще на 30 тисяч осіб в порівнянні з минулим роком і на 153,9 тисяч осіб порівняно з 2010 роком (рис. 2) [3].

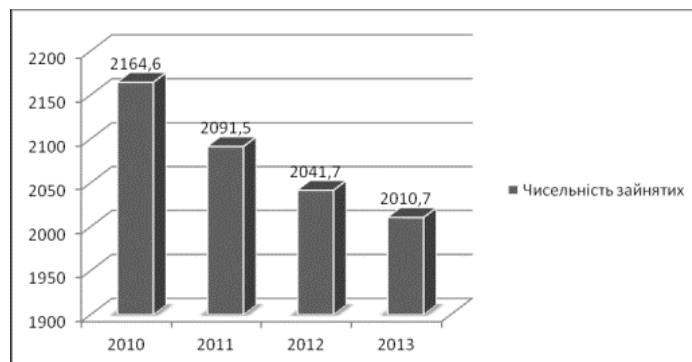


Рис. 2. Динаміка чисельності зайнятих на малих підприємствах в Україні

Значне скорочення кількості зайнятих на малих підприємствах зумовлено відмовою від маркетингових концепцій, які сприяли б подальшому розвитку бізнесу. У більшості невеликих компаній маркетингова діяльність здійснюється на тактичному та оперативному рівні. Простою мовою це означає, що підприємці в основному живуть сьогоднішнім днем – збільшити продажі товарів і не думають, що робити далі. Але навіть на цьому рівні спостерігається певна плутанина і хаотичне застосування різних маркетингових інструментів, що утруднює підприємницьку діяльність, не маючи відповідної стратегії.

Насамперед, маркетинг застосовується як система заходів щодо вивчення ринку і активного впливу на споживчий попит з метою розширення збуту товарів, що виробляються. Маркетинг являє собою комплексну систему організації виробництва і збуту продукції, орієнтовану на задоволення попиту конкретних споживачів і отримання прибутку на основі дослідження і прогнозування ринку.

Для малого підприємства стратегічне управління є важливим не менш, ніж для середнього або крупного, адже воно дозволяє розглядати організацію як відкриту систему, в якій здійснюється взаємодія усіх ланок. Доведено, що одним з елементів стратегічного управління є розробка маркетингових стратегій [4, С. 28].

Стратегія маркетингу – основа дій підприємства в конкурентних ринкових умовах, що визначає способи застосування маркетингових дій для розширення цільових ринків та досягнення ефективних соціально-економічних результатів.

Нинішньою особливістю малих підприємств є застосування стратегії недиференційованого маркетингу, оскільки в них відсутні відповідні умови і економічні ресурси для використання диференційованих стратегій. Недиференційований маркетинг (агрегований, масовий) базується на процесі ринкового агрегування, тобто розглядається ринок як єдина однорідна сукупність споживачів. Тобто фірма виходить на ринок з одним товаром і розробляє єдиний комплекс маркетингової діяльності, концентруючи увагу на загальних потребах споживачів, залишаючи поза увагою їхні відмінності.

Отже, використання такої стратегії надає конкурентні переваги у вигляді низьких витрат завдяки виробництву одного виду товару, але при цьому керівництво має здійснювати певні засади для уникнення втрати конкурентоспроможності товару внаслідок загострення видової та функціональної конкуренції [5].

З всього вищесказаного можна зробити висновок, що маркетинг це неминуче майбутнє тих підприємств, які прагнуть гідно конкурувати своєю продукцією як на внутрішньому, так і на зовнішніх світових ринках. На сучасному етапі реформування економіки України, коли держава не приділяє потрібної уваги розвитку малого підприємництва [6-7], необхідно проаналізувати тенденції відповідного ринку, визначити політичні, економічні, соціальні та інші умови, що впливають на діяльність підприємств малого бізнесу, зіставити свої бажання зі своїми економічними можливостями та якомога повніше використати всі свої маркетингові переваги на конкурентному ринку, задля того, щоб зайняти відповідну бажану нішу на ринку з метою забезпечення ефективності підприємницької діяльності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Небава М. І. Процесний підхід до системи управління конкурентоспроможністю підприємства / М. І. Небава, Ю. О. Шалагай // Динаміка наукових досліджень // Матеріали VIII Міжнародної науково-практичної конференції. м. Пшемишль, 7-15 липня 2012 року. – Пшемишль: наука і освіта, 2012. – С. 3-33.
2. Небава М. І. Удосконалення показників оцінювання конкурентоспроможності підприємств олійно-жирової галузі з метою забезпечення їх ефективного функціонування / М. І. Небава, Ю. О. Шалагай // Збірник наукових праць. Економічний простір. – № 88. – 2014. – С. 220-228.
3. Ляпіна К. М. Національна програма розвитку малого підприємництва: очікування, проблеми перспективи / К. М. Ляпіна, Д. В. Ляпін, С. М. Бориславський. – К., 2014. – 125 с.
4. Бевзенко В. Ф. Эволюция маркетинга: монография / В. Ф. Бевзенко, И. Х. Баширов, Р. М. Лазебник. – Донецк: Юго-Восток Лтд, 2005. – 136 с.
5. Стратегія економічного та соціального розвитку України на 2014-2016 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.farmer.ohr.ua>.
6. Небава М. І. Механізми державного регулювання та підтримки малого підприємництва в Україні / М. І. Небава, І. Є. Шайдюк, Ю. І. Черкасова, А. В. Дмитрук // Современные проблемы моделирования социально-экономических систем. Научный информационный журнал «Бизнес информ». – 4(2). – 2010 (382). – С. 61–63.
7. Небава М. І. Розвиток механізмів державної підтримки малого бізнесу в Україні / М. І. Небава, А. О. Стрельбицька // Економічний простір : Збірник наукових праць. – № 28/1. – Дніпропетровськ : ПДБА, 2009. – С. 68–71.

Автор: Сельська Інна Вікторівна, студент ФМ групи МОН-14б Вінницького національного технічного університету, м. Вінниця, innaselska@gmail.com

Науковий керівник: Небава Микола Іванович, професор, декан факультету менеджменту Вінницького національного технічного університету, м. Вінниця, nebava@vntu.edu.ua

Author: Inna Selska, group Mop-14b, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.

Supervisor: Mykola Nebava Ph.D., Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.

СВОЄЧАСНЕ РОЗПІЗНАННЯ СТРАТЕГІЧНИХ КРИЗ – ЗАВДАННЯ МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА

Вінницький національний технічний університет

Анотація

В статті проаналізовано та запропоновано різні за використанням фінансові інструменти для своєчасного розпізнання для уникнення криз, а також для створення практичної контролюючої системи на підприємстві, уникаючи поширених стратегічних помилок.

Ключові слова

Стратегічна криза, індикатори кризи, розпізнання кризи, фінансові інструменти розпізнання кризи, менеджмент підприємства.

Annotation

The paper analyzed and proposed the use of various financial instruments for the timely identification to prevent crises and to generate practical controlling system in the company, avoiding common strategic errors.

Keywords

Strategic crisis indicators of crisis, crisis recognition, financial instruments Recognition crisis management company.

До головних та одних із найважчих завдань управлінського відділу належить завчасне розпізнавання стратегічних помилок, які в свою чергу можуть призвести до кризи на підприємстві. Великим викликом є розуміння та сприйняття слабких або ж не чітких сигналів ринків. Тому важливим є не тільки визначення терміну «ранні індикатори» ринкових показників, а також їх розуміння відповідними працівниками, які безпосередньо аналізують ринкове середовище. Також увагу потрібно звертати на внутрішні та зовнішні кризові причини, які, в свою чергу, можуть ініціювати та прискорювати стратегічні помилки, що в майбутньому призводять до кризи. На багатьох підприємствах не вистачає фінансових інструментів, за допомогою яких відділ менеджменту завчасно виявляв б такі кризові показники та з їх допомогою мав би можливість запроваджувати відповідні зміни в управлінні.

Економічна термінологія визначає поняття «криза» на підприємстві як складну ситуацію або певний період часу, в який для підприємства виникають різного роду комерційні ризики, що можуть завдати значної економічної шкоди [1]. Тому криза на підприємстві є небезпечним явищем, яке в найгіршому своєму розвитку може призвести до банкрутства та ліквідації підприємства. Подібні кризи виникають під час не передбачуваного або ж не запланованого розвитку подій, в якому погіршуються стратегічні перспективи та потенціали економічного зростання, шанси на успіх, а також зменшується власний капітал та рентабельність. На жаль, такі кризи виникають досить не передбачувано.

Одними з причин є не своєчасне виявлення погіршення економічного становища підприємства, не логічне планування діяльності або ігнорування реального положення фінансових перспектив. Існує точка зору, що не рідко проходять великі проміжки часу, навіть роки, до виявлення різних кризових стадій та їх знешкодження [1].

Фазова модель підприємницьких криз ілюструє типовий процес зародження та розвиток цих криз. З кожною фазою пов'язані типові їй причини. Головне завдання управлінського відділу полягає в своєчасному визначенні теперішнього становища підприємства, а саме яка об'єктивна ситуація є на сьогоднішній день. Якщо процеси, які в майбутньому можуть призвести до кризи, уже розпочались, то на якому етапі вони є сьогодні і як швидко в майбутньому можуть спричинити наступну кризову фазу [2]. Виникнення і розвиток кризових фаз можливий паралельно на декількох напрямках або ж

конкретно в одній області підприємницької діяльності. Все залежить від специфічних характеристик підприємства а також в якому конкурентному середовищі воно знаходиться.

Виникнення кризи розпізнається перш за все у відсутності або зменшенні можливостей отримання прибутків на підприємстві, уже використаних або ж у відсутній довгостроковій перспективі їх появи. Стратегічна криза характеризується перш за все у втраті конкурентоспроможності, що призводить до втрати ринків [2]. Найпоширенішими причинами виникнення стратегічної кризи є запізнений технологічний розвиток, невірна політика відділу кадрів, проблеми в маркетингу, невірні рішення в довгостроковому плануванні економічного розвитку підприємства, недостатнє вивчення клієнтського попиту та відсутність у потрібній мірі вивчення конкурентного середовища [1].

У результаті вчинення наведених помилок виникають кризові ситуації в відділах продажу, що веде за собою зменшення збуту готової продукції. Також це зумовлено через тривале зменшення попиту та відсутність нових конкурентних продуктів. Завдяки цьому на складах зростають запаси готової продукції, які в свою чергу не дають далі працювати інвестованому капіталу. Якщо управлінням фірми не вдасться владнати проблеми з відвантаженням та реалізацією продукції, це спровокує наступну фазу кризи – прибуткову кризу. На цій стадії кризи відбуваються значні втрати власного капіталу, що, в свою чергу, пізніше як наслідок може призвести до заборгованості перед кредиторами [1]. Тому слід чітко розрізняти стратегічну кризу, кризу зменшення обсягів продажів та прибуткову кризу. Своєчасне розпізнання причин виникнення стратегічної кризи для запровадження протидійних процесів, є особливий виклик для відповідальних за ці процеси менеджерів.

Своєчасне розпізнання та попередження криз відбувається завдяки впровадженню систем раннього оповіщення. Під цим інструментом розуміють певну інформаційну базу, яка дає можливість керівнику підприємства завчасно розпізнавати небезпечні сценарії розвитку, що в свою чергу дає можливість на своєчасну реакцію та захист свого підприємства від негативних подій [1]. Розрізняють дві системи попередження криз, а саме: на основі раннього розпізнання економічних показників на ринку збуту послуг чи товарів та інших сигналів, які відслідковуються безпосередньо на самому підприємстві [3]. Процес аналізу із зібраними економічними показниками відбувається за допомогою визначення фактичних та запланованих станів а також можливих альтернативних результатів. Якість та ефективність розроблених антикризових протидій напряму залежить від достовірності зібраної аналітичної інформації. Такий збір інформації є можливим завдяки організації ефективної системи оповіщення з допомогою проведення рейтингових опитувань, анкетуванню або ж іншої індивідуальної розробленої систему контролю.

В літературі розрізняють два типи систем раннього розпізнання економічних ризиків, а саме оперативна та стратегічна [4].

Оперативна система раннього розпізнання економічних ризиків розподіляється з однієї сторони на показникові та розрахункові системи та з іншої на індикаторні. Завдяки наданим бухгалтерським фінансовим даним є можливість проаналізувати основні показники та їх перспективи на конкретному етапі або ж проаналізувати підприємство в цілому. Також інша властивість фінансових показників полягає у тому, що за допомогою бенчмаркетингу різні промислові конкурентні підприємства можуть бути порівняні.

Для раннього розпізнання можливих криз необхідним є доступ до фінансових даних підприємства за декілька періодів, адже саме таким чином буде можливість порівняти та проаналізувати майбутні спади або позитивні зростання в діяльності підприємства. Область вивчення та визначення фін показників має бути таким чином обмежена, щоб досліджуване своєчасне розпізнання ризиків було гарантовано. Це залежить від розмірів підприємства та наявних для контролюючої роботи ресурсів. Зазвичай, проводиться розглядання найважливіших фінансових показників мінімум один раз на квартал [5].

Системи раннього розпізнавання криз, розроблені на основі фінансових показників із звітів за минулі періоди і по них визначені показники є суб'єктивною для майбутнього інформацією. На відміну від наведеної вище системи є інший метод, який оснований на планових прогнозах. Він дає можливість спрогнозувати майбутній розвиток подій і є більш інформативним для своєчасного розпізнання можливих ризиків. Сучасні інструменти контролінгу інтегрували уже подібні елементи в планові та звітні системи, при тому, що період часу планових розрахунків майже ніколи не виходить за рамки 6 місяців [6].

На відміну до запропонованих систем існує інша зорієнтована на фінансові індикатори система своєчасного розпізнання ризиків, яка перш за все займається цільовим пошуком та спостереженням

певних тенденцій та особливостей в зовнішньому середовищі для підприємства. При цьому основним фокусом розпізнання важливих індикаторів для попередження фінансових ризиків, які для кожного підприємства в кожній промисловості є різні, являються конкретні комбінації з між кількісними та якісними показниками та явищами. Їхнім завданням є допомогти розпізнати можливі негативні події або ж явища та запропонувати альтернативні можливості для вирішення внутрішніх проблем [7], особливо у напрямку підвищення конкурентоспроможності підприємств [8-10]. Для успіху систем важливим є перш за все виділення пріоритетних напрямків роботи підприємства та певних фінансових показників. Перш за все потрібно звертати увагу на мережу індикаторів, щоб можна було максимально швидко та якісно забезпечити пошук причин виникнення не запланованих ситуацій.

Стратегічні системи раннього розпізнання криз виділяються тим, що вони знаходяться в постійному пошуку розпізнавальної інформації і з усіх її можливих проявлень. При цьому завданням є повне опрацювання можливих, навіть слабких індикаторів. Концепт слабких сигналів базується на думці, що будь яка непередбачувана ситуація може бути завчасно розпізнана та вивчена. Ефект від непередбаченого виникнення ситуації може бути пов'язаний з помилками під час досліджування тих чи інших індикаторів або їх ігноруванням. В якості прикладів слабких сигналів називають поширення нових ідей та думок, роздуми експертів, правові роздуми. Пріоритетним завданням підприємства є те, щоб максимально завчасно розпізнати негативні показники та мати можливість їх охарактеризувати. Чим раніше буде отримана важлива інформація для розпізнання криз, тим важче буде її охарактеризувати і спрогнозувати можливі наслідки. Зазвичай разом з частішим отриманням негативних сигналів зростає готовність до формування реакцій підприємства його захисних методів. Тому важливим для підприємства є можливість вчасного реагування на виникнення непередбачуваних ситуацій та доступ до більш конкретних слабких сигналів.

Процес розпізнання кризових ситуацій поділяється на сканування та моніторинг. Під скануванням розуміється не цілеспрямований пошук важливих трендів та радикальних змін в загальному процесі. Цей пошук відбувається внутрішньо за допомогою управлінців [11-12], але може і має бути залучений з допомогою спостережень різних клієнтських груп. При цьому інтуїтивні оцінки спостерігачів мають велике значення. Наступним етапом після ідентифікації сигналів є її інтенсивна перевірка. При цьому відбувається пошук характерних змін та їх вплив на підприємство. По закінченню цієї фази має відбутися оцінювання пріоритетності певних сигналів а також знайдена відповідь на питання, чи можливо і якщо можливо, то коли негативний сценарій може реально виникнути.

Отже, підприємницькі кризи розпочинаються досить помалу та нагадують собою повзучий процес. Вони виникають тоді, коли потенціальні успіхи зменшуються або зовсім відсутні їх наявність. Підприємницькі кризи виникають досить по різному і спричиняються як через внутрішні так і зовнішні впливи. Розвинені інструменти для створення систем своєчасного розпізнання криз являють собою комбінацію з кількісних і якісних індикаторів, а також фінансових показників з минулого та запланованих на майбутнє. Створення таких інструментів є важливим внутрішнім процесом в управлінні підприємством. Це дасть можливість збирати необхідну інформацію на всіх рівнях функціонування організації, а також отримання безпосереднього контакту з клієнтами. В своє чергу завдяки контролінгу на підприємстві є можливість розпізнавати потенційні проблеми, які можуть спричинити стратегічні кризи. Це є інформативний інструмент для аналізу кредитоспроможності, який дає можливість більш ефективно спілкуватися з кредитними установами та інвесторами. Тому утворення спеціальних фінансових інструментів для своєчасного реагування для попередження виникнення стратегічних криз є досить доцільним для малих та середніх підприємств.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Andreas Crone, Henning Werner, Paul Abel, ISBN-10: 3800642298, Verlag Franz Vahlen, München, Modernes Sanierungsmanagement, Juni 2012, S.4.
2. Prof. Dr. Markus W. Exler, Restrukturierungs- und Turnaround-Management, ISBN 9783503154715, Erich Schmidt Verlag GmbH & Co. KG, 2013, S.2.
3. Dennis Michalak, Direkte und indirekte Führung in Krisensituationen mittelständischer Unternehmungen (Strategisches Management), ISBN-13: 978-3830061601, 2012, S.5.
4. Alexander Fink, Andreas Siebe, Werkzeuge der strategischen Planung und Früherkennung, ISBN-13: 978-3593395500, 2011, S.119.

5. Christian Krißgau, Krisenfrüherkennung in Unternehmen durch die Anwendung von Kennzahlen, GRIN Verlag GmbH, ISBN 978-3-640-50359-9, 2010, S.15.
6. Adrian Teetz, Krisenmanagement, Schäffer-Poeschel ISBN 978-3-7910-3147-7, 2012, S. 197-204.
7. Reiner Wahr, Annette Siekmann, Strategisches Management und Controlling, ISBN-13: 978-3093060137, 2008, S.51-58.
8. Небава М. І. Процесний підхід до системи управління конкурентоспроможністю підприємства / М. І. Небава, Ю. О. Шалагай / Динаміка наукових досліджень // Матеріали VIII Міжнародної науково-практичної конференції. м. Пшемишль, 7-15 липня 2012 року. – Пшемишль: наука і освіта, 2012. – С. 3-33.
9. Небава М. І. Організаційно-економічний механізм забезпечення конкурентоспроможності підприємств аграрного сектору / М. І. Небава, О. О. Захараш, Ю. О. Шалагай / Економічний простір. – № 61. – 2012. – С. 268-273.
10. Небава М. І. Інформаційно-інноваційні чинники підвищення конкурентоспроможності підприємств олійно-жирової галузі / М. І. Небава, Ю. Шалагай // Materialy IX Miedzynarodowej naukow-praktycznej konferencji (Naukowa przestrzen Europy – 2013, 07-15 kwietnia 2013 roku, Volume 10). – С. 79-82.
11. Небава Н. И. Отзыв на монографию профессора Кураташвили Анзора Альфредовича: «Проблемы менеджмента в обществе и в государстве. Теория дерегулирования – как Теория регулируемой свободы, и Теория социальной прибыли – как критерий и как Теория истинно человеческой эффективности» / Н. И. Небава // Права человека и проблемы государственного управления. Материалы Международной научной конференции. (Тбилиси, 21.01.2014 г.). – Тбилиси: Международное издательство «Прогресс», 2014. – С. 41-54.
12. Небава Н. И. Политика человеческого развития в научных теориях профессора Альфреда Кураташвили // Отзыв на статью профессора Альфреда Кураташвили, опубликованную в Еженедельнике «Русская Америка», 2011, № 437 – Нью-Йорк, США / Проблемы ориентации общества и государства : Материалы международной научной конференции, посвященной творческой деятельности профессора Альфреда Кураташвили. г. Тбилиси, 15 ноября 2011 г. – Тбилиси: Международное издательство «Прогресс», 2011. – С. 109-118.

Автор: Кулачок Віталій Григорович, здобувач кафедри економіки підприємства і виробничого менеджменту Вінницького національного технічного університету, м. Вінниця, vitkul@gmx.net

Науковий керівник: Небава Микола Іванович, професор, декан факультету менеджменту Вінницького національного технічного університету, м. Вінниця, nebava@vntu.edu.ua

Author: Vitaly Kulachok, Researcher of the Department of Economics of Enterprise and Production Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.

Supervisor: Mykola Nebava Ph.D., Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.

УПРАВЛІННЯ ЗМІНАМИ ЯК ФАКТОР СТАБІЛІЗАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Вінницький національний технічний університет

Анотація Досліджено необхідність ефективного управління внутрішніми змінами в організації, з метою подолання впливу невизначеності, нестабільності та мінливості зовнішнього середовища. Проаналізовано наявні моделі та підходи до управління змінами, розглянуто класифікації змін, досліджено етапи та типовий порядок процесу управління змінами в організації.

Ключові слова: зміни, управління змінами, опір змінам, моделі та підходи до управління змінами, етапи процесу управління змінами в організації, типовий порядок процесу управління змінами в організації

Abstract Investigated the need for effective management of internal changes in the organization, to overcome the effects of uncertainty, instability and variability of the external environment. Analyzed existing models and approaches to change management, classification of changes, investigated the stages and the model order change management process in the organization.

Keywords: change, change management, resistance to change, models and approaches to change management stages of change management process in the organization, the model order change management process in the organization

Китайський стратег і філософ Сунь Цзи, автор знаменитого трактату про військову стратегію «Мистецтво війни», говорив: «У житті немає нічого постійного, постійними є лише зміни».

Інтенсивний розвиток науки та технологій, динамічні зміни в глобальній світовій економіці, подорожчання ресурсів, утворення чи розпад інтеграційних об'єднань беззаперечно впливають на стан справ в вітчизняній економічній системі. Як наслідок, ці фактори впливають і на діяльність підприємств різних галузей. До того ж, інтенсивні політико-правові та соціальні зміни, що в останні роки відбуваються в нашій державі, зміни потреб та світогляду споживачів, зміни конкурентних умов, тощо, призводять до того, що вітчизняні організації змушені функціонувати в умовах мінливості, невизначеності і нестабільності.

Організації, які хочуть залишитися на ринку, мусять запроваджувати зміни, що сприятимуть їх відповідності до вимог зовнішнього середовища та стабілізуватимуть їх роботу. Організаціям необхідно ініціювати процес введення змін для того, щоб відповідати попиту ринку, збільшувати акціонерну вартість або для впровадження урядових стратегій. Часто їм необхідно ініціювати і проводити зміни, щоб зберегти стабільність організації та підтримувати збалансоване економічне зростання і безперервність розвитку.

В загальному вигляді зміни – це освоєння організацією нових ідей або моделей поведінки. У підприємстві термін «зміни» може мати декілька значень. Таким терміном характеризують зовнішні зміни: технологій, споживчих смаків, умов конкуренції, різноманітних соціальних, політичних та інших факторів. Також термін «зміни» характеризує внутрішні зміни, що виникають у результаті необхідності підприємства адаптуватись до умов зовнішнього середовища конкретної галузі. З огляду на важливість залучення керівного апарата, зміни перетворюються на програми трансформації чи реорганізації, ініційовані керівництвом [1].

Розмаїття змін можна класифікувати за багатьма ознаками, проте з точки зору управління найважливішим є поділ за чотирма наступними ознаками:

- 1) за джерелами виникнення змін – внутрішні і зовнішні, адже, як уже зазначалося, джерело чинників виникнення впливає на спроможність управлінців керувати процесом реалізації змін;
- 2) залежно від цілеспрямованості – плановані і незаплановані, що значною мірою визначає процес перебігу зміни та модель управління нею;
- 3) за спрямованістю сил, що спонукають до змін – зміни адаптації і зміни розвитку, що впливає на кінцеву мету, методи й інструменти управління;

4) за характером спонукання – вимушені і привабливі, що визначає виникнення такого специфічного феномену, як опір змінам, а отже необхідності застосування методів і механізмів його подолання у процесі управління зміною.

Складність реалізації змін, непередбачуваність їх результатів, неоднозначне ставлення до них персоналу і керівників підприємств вимагає формування спеціальної системи управління. Термін «управління змінами» доцільно розуміти як сукупність принципів, методів і прийомів спеціального управління, у процесі якого запроваджується комплекс взаємоузгоджених заходів, спрямованих на реалізацію зміни з метою адаптації підприємства до нових умов господарювання або розвитку у перспективі [2].

Існує багато методів управління змінами. Однією із перших розробок, що стала своєрідним фундаментом для подальших досліджень науковців у сфері управління змінами, була трьохетапна система по впровадженню змін в організації, запропонована в 1951р. Куртом Левіном, яка включає три основні стадії: розморожування – зміна – заморожування [3]:

1. Розмороження (оцінити ситуацію; збільшити дієві сили; зменшити опір).

2. Рух – здійснення бажаного типу перетворень (заохочення працівників; вироблення нових вимог; реалізація змін).

3. Замороження (інституціоналізація змін; винагорода за бажаний результат).

Процес управління змінами на підприємстві, при застосовуванні моделі К. Левіна складатиметься з таких етапів [4]:

Етап 1. Прийняття факту необхідності змін на підприємстві (здійснення аналізу діяльності підприємства з виявленням існуючих проблем).

Етап 2. Визначення кінцевих цілей здійснення змін (від кінцевої цілі змін залежить вибір методу їх досягнення).

Етап 3. Дослідження причин змін (здійснювані зміни можуть бути викликані однією або низкою причин, як внутрішнього так і зовнішнього характеру).

Етап 4. Планування змін і вибір техніки їх здійснення (включає: складання кошторису витрат на здійснення запланованих перетворень; визначення впливу змін на всі елементи системи підприємства; визначення ступеня залучення працівників у процес проведення змін; вибір способів здійснення змін).

Етап 5. Здійснення змін (безпосереднє впровадження фактичного здійснення змін на підприємстві).

Етап 6. Оцінка результату управління змінами (це завершальний етап, на якому оцінюються кінцеві результати впроваджених змін, проводиться аналіз наслідків змін та фіксація досягнутих результатів).

Існує три основних типи змін, які стосуються розвитку підприємства:

- розвиваючі зміни - стосуються часу, в якому ви визнаєте ситуацію, яка не повинна бути викорінена повністю, але потребує поліпшення. Наприклад, маркетингова команда не завершила певні завдання у встановлені строки або відділ кадрів повинен знайти кращий спосіб контролювати години роботи співробітників. Іноді існує можливість знайти відповіді на дані питання, зробивши просту модифікацію, яка дає зміни;

- перехідні зміни - відбуваються, коли підприємство намагається ввести нову «фазу» організації. Ви можете додати новий відділ або змінити процедури, або можете робити щось, просте (або складне), як переміщення Вашої організації в нову будівлю. В ході цих типів змін важливо зберегти жорсткий контроль над своїми співробітниками на визначений і контрольований період часу;

- трансформаційні зміни - часто є результатом перехідних змін. Іноді перехід до нової фази росту організації з'являється потреба в нових політиках і процедурах. Часто ці потреби з'являються дуже несподівано, так що ви повинні бути на варті в перехідний період, щоб можна було швидко зреагувати в разі необхідності [5].

На рисунку 1 показано типовий порядок процесу управління змінами в організації [6].

Основними показниками для оцінювання ефективності контролю організаційних змін є [7]:

1) ефективність діяльності управлінського персоналу, який здійснює контроль організаційних змін, визначається як відношення прибутку, отриманого в результаті проведення організаційних змін на підприємстві та чисельності управлінського персоналу, який проводить контроль на різних рівнях управління (1):

$$I_{ef-kontr} = \frac{P_{OZ}}{N_{up\_pers}}, \quad (1)$$

де: P_{OZ} - річний прибуток, отриманий у результаті проведення організаційних змін на підприємстві;

N_{up_pers} - чисельність управлінського персоналу, який проводить контроль на різних рівнях управління;

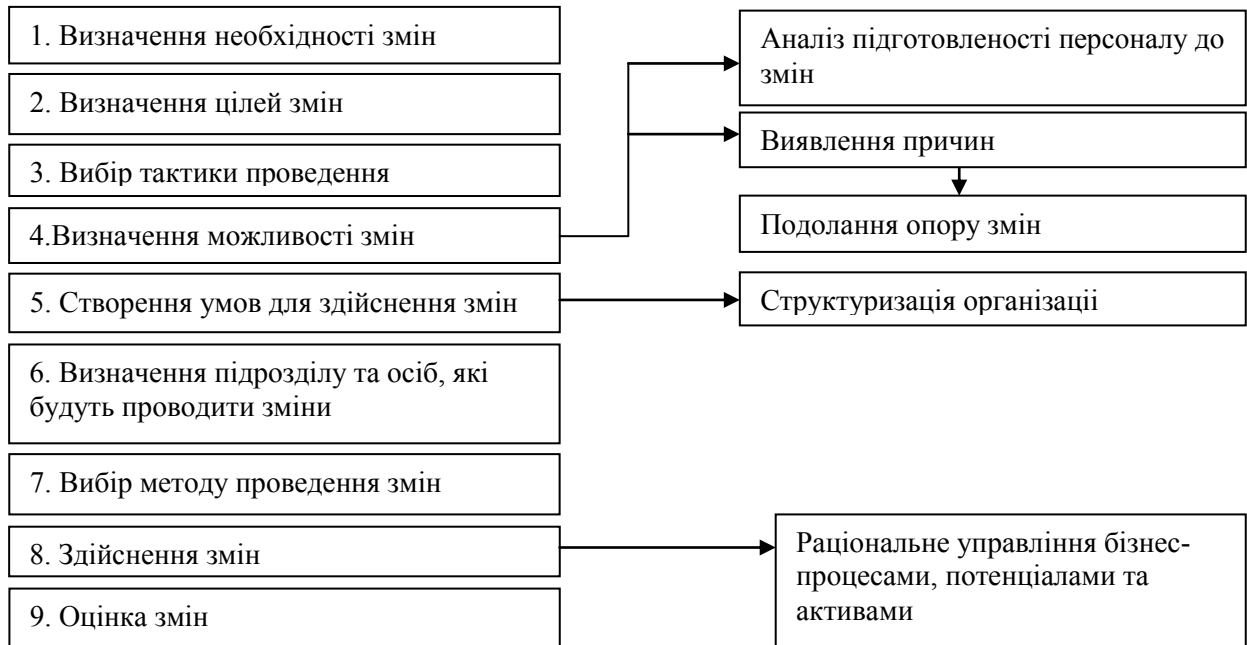


Рисунок 1 - Процес управління змінами в організації

2) коефіцієнт економічності (вигідності) контролю визначається як відношення прибутку, отриманого в результаті проведення організаційних змін на підприємстві, та витрат ресурсів на проведення контролю за результатами організаційних змін (2):

$$I_{vig\_kontr} = \frac{P_{OZ}}{V_{kontr\_OZ}}, \quad (2)$$

де: P_{OZ} - річний прибуток, отриманий у результаті проведення організаційних змін на підприємстві;

V_{kontr_OZ} - річні витрати ресурсів на проведення контролю за результатами організаційних змін;

3) коефіцієнт ефективності витрат на утримання апарату управління, який здійснює контроль організаційних змін, визначається як одиниця мінус відношення витрат на оплату праці апарату управління, який здійснює контроль та загальних витрат на оплату праці (3):

$$I_{ef\_vitr\_utr\_ap\_uprav} = 1 - \frac{FOP_{ap\_upr}}{FOP}, \quad (3)$$

FOP_{ap_upr} - витрати на оплату праці апарату управління, який здійснює контроль;

FOP - загальні витрати на оплату праці.

Для того, щоб уникнути негативного впливу контролю на поведінку співробітників у ході проведення організаційних змін і таким чином підвищити його ефективність, потрібно:

- встановлювати економічно обґрунтовані та досяжні показники, які мають забезпечити організаційні зміни, щоб вони сприймалися співробітниками;

- використовувати двостороннє спілкування між керівництвом та колективом працівників під час упровадження організаційних змін;
- уникати надмірного та жорсткого контролю під час упровадження організаційних змін;
- винагороджувати працівників за досягнуті показники, бо існує чіткий взаємозв'язок між результативністю і винагородою. Якщо ж працівники не відчують такого зв'язку або відчують, що винагорода несправедлива, то продуктивність їхньої праці у реалізації змін знизиться [8].

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ / REFERENCES

1. Case Western reserve University [Електронний ресурс] // [http:// www.change-managementcoach.com/definition-of-change-management.html](http://www.change-managementcoach.com/definition-of-change-management.html).
2. Приб К. А. Формування системи управління змінами на підприємстві [Електронний ресурс] / К. А. Приб // Науковий економічний журнал «Інтелект XXI» . - 2014. - № 2. - С. 119-126. - Режим доступу: http://intelligence.org.ua/publ/katalog_statej_zhurnalu_2_2014/prib_k_a_formuvannja_sistemi_upravlinnja_zminami_na_pidpriemstvi/13-1-0-86.
3. Mark K. Smith "Kurt Lewin: groups, experiential learning and action research". The Encyclopedia of Informal Education, June 2001. [Електрон. ресурс]. – Доступний з www.infed.org/thinkers/et-lewin.htm.
4. Lewin Kurt. Field Theory in Social Science : Selected Theoretical Papers / Kurt Lewin ; Edited by Dorwin Cartwright. - New York : Harper & Row, 1951. – 346 p.
5. Дмитрієв І. А. Визначення поняття управління змінами, як основної складової діяльності сучасного підприємства [Електронний ресурс] / І. А. Дмитрієв, Н. М. Курилова // Проблеми і перспективи розвитку підприємництва. - 2013. - № 1. - С. 102-106. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/piprp_2013_1_20
6. Цуканова В. Я. Управління змінами підприємства як фактор підвищення його конкурентоспроможності [Електронний ресурс] / В. Я. Цуканова, Л. В. Кієнко // Проблеми і перспективи розвитку підприємництва. - 2013. - № 2. - С. 24-28. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/piprp_2013_2_7
7. Кужда Т. Етапи успішного управління організаційними змінами на підприємстві [Електронний ресурс] / Т. Кужда // Галицький економічний вісник. - 2013. - № 2. - С. 66-71. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/gev_2013_2_12.pdf.
8. C. D. Scott, D. T. Jaffe Change Management Leading People Through Organizational Transitions / Scott C. D., Jaffe D. T. – USA – 2004, – 83 p.

Острий Ігор Федорович, асистент, Вінницький національний технічний університет
м. Вінниця
oif14@mail.ru

Ostryi Igor F., assistant, Vinnytsia National Technical University
Vinnitsa
oif14@mail.ru

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ ПОКАЗНИКАМИ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВАРИСТВ З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ

Вінницький національний технічний університет, Факультет менеджменту

Анотація

Розглянуто особливості комплексного управління фінансовими показниками діяльності підприємств та обґрунтовано його практичну цінність для товариств з обмеженою відповідальністю

Ключові слова:

Фінансова діяльність підприємства, товариство з обмеженою відповідальністю, управління фінансовою діяльністю підприємств, показники фінансової діяльності, фінансова стійкість

Abstract

The features integrated management of financial performance of enterprises and proved its practical value for limited liability companies

Keywords:

The financial activities of the company, limited liability, financial management companies, financial indicators of financial stability

В умовах фінансово-економічних потрясінь для вітчизняних підприємств характерні такі проблеми: неплатоспроможності, відсутність замовлень на виробництво продукції, недостатнє цільове фінансування програм підтримки підприємництва [1-2], надмірний податковий тягар [3]. Це спонукає менеджерів більш глибоко вивчати фінансово-господарський стан підприємства і виявляти правдиві причини виникнення кризової ситуації.

Кризовий стан фінансів у компанії жадає від менеджерів проведення ряду нетрадиційних заходів з метою подолання сформованої ситуації. В умовах внутрішньої кризи менеджмент підприємства здобуває цілий ряд особливостей у порівнянні з нормальним станом і стабільною діяльністю компанії. Правильне використання доступних засобів і розробка необхідних у конкретній ситуації управлінських дій можуть дозволити перехід від спаду до розвитку і запланованого темпу зростання фінансових показників [4-7].

Останнім часом в Україні зберігається стійка тенденція щодо збільшення кількості фінансово нестійких підприємств. Як наслідок, найбільша кількість позовних заяв до судів надходить у зв'язку із банкрутством підприємств. Водночас банкрутство підприємства та його ліквідація означають не тільки збитки для його акціонерів, кредиторів, виробничих партнерів, споживачів продукції, а й зменшення податкових надходжень у бюджет, збільшення рівня безробіття, що, в свою чергу, може стати одним із чинників макроекономічної дестабілізації. Суттєвим є те, що серед підприємств, справи про банкрутство яких знаходяться на розгляді, дуже багато таких, які тимчасово потрапили у скрутне становище. Вартість їхніх активів набагато більша за дебіторську заборгованість. За умов санації (оздоровлення) чи реструктуризації ці підприємства можуть розрахуватися з боргами і успішно функціонувати далі.

Нехтування проблемами формування та ефективного управління фінансовими показниками діяльності підприємства, ігнорування світовим досвідом управління ними на рівні господарюючого суб'єкту може надто дорого коштувати підприємству. Виникнення проблеми у цьому напрямку може призвести не тільки до збитків, що зменшує поточний фінансовий результат господарювання, але й до більш вагомих наслідків – втрати іміджу та конкурентних переваг, періодичної або стійкої неплатоспроможності, часткової або повної втрати власного капіталу і навіть банкрутства підприємства.

Метою управління фінансовими показниками діяльності товариств з обмеженою відповідальністю (ТОВ) є отримання ключових параметрів, які дають об'єктивну та всебічну оцінку його фінансово-господарської діяльності та фінансового стану, дозволяють визначити не лише конкретні шляхи покращення організації фінансової роботи на підприємстві, але й забезпечити інвестиційну привабливість та конкурентоспроможність на ринку.

Подоланню проблем фінансово-господарської діяльності та управління фінансовим станом ТОВ буде сприяти введення в практику і забезпечення дієвості механізму комплексного управління фінансовими показниками діяльності підприємств. При цьому одним з головних завдань є підвищення точності, гнучкості та оперативності управління ними [8].

Зазначимо, що у цьому напрямку проводиться досить багато наукових досліджень, але процес створення та використання методів моделювання при управлінні фінансовими показниками діяльності підприємств відбувається досить повільно. Безперечно цьому, в першу чергу, сприяють: широке застосування адміністративних методів управління фінансово-господарською діяльністю на більшості вітчизняних підприємств, відсутність єдиної методики управління та інструментарію моделювання фінансових показників.

Для подальшого удосконалення управління фінансовими показниками діяльності підприємств першим кроком має стати зміна інформаційної бази [9]. Саме на розробку комплексного підходу до управління фінансовими показниками діяльності підприємств і необхідно звернути увагу.

Головними завданнями на даному етапі, на нашу думку, повинні бути [10]:

- обґрунтування методологічних засад управління фінансовими показниками діяльності підприємств,
- визначення критеріїв обґрунтування фінансових показників діяльності підприємства;
- дослідження існуючої практики управління фінансовими показниками діяльності підприємств у розрізі головних результативних показників, показників фінансової стійкості та інвестиційної привабливості;
- визначення шляхів удосконалення управління фінансовими показниками діяльності підприємств.

Варто зазначити, що дослідження управління фінансовими показниками діяльності підприємств за традиційною схемою не дає повної, чіткої картини їх фінансово-економічного стану і саме тому виникає необхідність проведення комплексного їх аналізу та створення його єдиної системи.

Шляхи вдосконалення управління фінансовою діяльністю підприємств пропонується здійснювати за двома напрямками [11, С. 81]:

1. Удосконалення інформаційної бази та модифікація і поглиблення аналізу та оцінки результативних показників. При цьому пропонується поєднати два види аналізу: статичний та динамічний, що дасть змогу отримати об'єктивну оцінку фінансового стану підприємств. Тобто, це дасть змогу оцінити фінансово-економічний стан підприємства не на певну дату, а за певний проміжок часу, а отже, можна проаналізувати всі фінансові показники діяльності підприємств у динаміці.

2. Зміна значущості розрахункових показників – рентабельності, фінансової стійкості, платоспроможності.

Врешті-решт, такий підхід уможливить, на наш погляд, взаємопов'язати та комплексно, системно оцінити фінансово-економічний стан підприємства.

Відомо, що оцінку фінансового стану можна об'єктивно здійснити не через один, нехай найважливіший, фінансовий показник, а тільки за допомогою комплексу, системи фінансових показників, що детально і всебічно характеризують діяльність підприємства з усіх сторін. Саме тому, варто розробити певний перелік груп фінансових показників, які необхідно розглядати згідно тієї чи іншої мети аналізу [12].

Як наслідок, виникає можливість змінити підхід до аналізу та оцінки результативних показників. Як базові показники пропонується використовувати таку схему формування головного абсолютного фінансового показника – прибутку: маржинальний прибуток – прибуток за вирахуванням постійних витрат – чистий прибуток – нерозподілений прибуток за вирахуванням дивідендів, нарахованих акціонерам до виплати на акції, та витрат на благодійні потреби – залишок нерозподіленого прибутку звітного року – загальний залишок нерозподіленого прибутку звітного та минулих років.

Комплексний аналіз фінансово-економічного стану підприємств на основі структурування їх балансу, на наш погляд, необхідно проводити з використанням таких фінансових показників як:

індикатор фінансово-економічної стійкості, індикатор платоспроможності, індикатор безпеки чи ризику. Поєднання трьох індикаторів дає змогу комплексно оцінити фінансовий стан підприємства та ступінь ефективності управління фінансовими показниками його діяльності.

Для поєднання двох груп фінансових показників – ефективності та фінансової стійкості, платоспроможності, інвестиційної привабливості пропонується згрупувати ці показники у матрицю фінансових показників першого класу (для яких існує певне нормативне значення) та другого класу (норматив не встановлюється) і поєднати їх у загальній матриці фінансових показників для комплексної оцінки фінансово-економічного стану підприємств.

В цілому, використання запропонованого підходу дозволить отримати більш повну і коректну інформацію про результати діяльності підприємства за всіма видами та напрямками діяльності і реально оцінити його комплексний фінансово-економічний стан як в поточному періоді, так і дозволить прогнозувати його на майбутнє. В подальшому, дані підходи ляжуть в основу розробки як аналітичних, так і прогнозних моделей управління фінансовими показниками діяльності підприємств.

Важливим завданням аналізу прибутку ТОВ є визначення резервів його збільшення та розробка заходів щодо їх мобілізації. Під резервами збільшення прибутку ТОВ необхідно розуміти кількісно вимірювані можливості його збільшення шляхом врахування низки чинників, а саме:

- збільшення обсягу реалізації продукції;
- зниження собівартості товарної продукції;
- поліпшення якості продукції і на цій підставі підвищення цін;
- оптимізації структури продукції;
- пошуку найвигідніших ринків збуту;
- реалізації в більш оптимальні строки;
- недопущення позареалізаційних збитків.

При цьому, використання прибутку як джерела покриття потреби підприємства у капіталі (самофінансування суб'єкта господарювання) здійснюється за такими основними напрямками, відповідно до яких і формуються основні елементи системи розподілу прибутку [11, с. 86]:

- забезпечення погашення податкових зобов'язань суб'єкта господарювання з податку на прибуток підприємств;
- обслуговування залученого у попередніх періодах власного капіталу суб'єкта господарювання;
- формування фондів - коштів та резервів для використання у наступних періодах.

Важливим завданням цільового планування та прогнозування прибутку суб'єкта господарювання на даному етапі є базове узгодження абсолютних величин фінансових ресурсів, необхідних для фінансування зазначених напрямків розподілу та перерозподілу прибутку, та цільової абсолютної величини прибутку підприємства у плановому періоді, досягнення такого узгодження, а також дотримання інших критеріїв та обмежень моделі цільового планування та прогнозування прибутку суб'єкта господарювання, що визначає її підсумкову ефективність, являється форма інтеграції та взаємоузгодження із іншими функціональними блоками моделі управління прибутком та методологічне забезпечення як сукупності фінансово - математичного інструментарію обґрунтування управлінських фінансових рішень.

Отже, фінансово-господарська діяльність підприємства включає чотири складові: виробничо-господарську, комерційну, інвестиційну, фінансову. Остання поширюється на всі його фінансові відносини та має свої особливості. Ефективне оцінювання фінансової діяльності може бути проведене за допомогою комплексного аналізу фінансово-економічного стану підприємств, що уможливить підвищити ступінь ефективності управління фінансовими показниками діяльності ТОВ.

В регулюванні фінансово-господарської діяльності сучасного підприємства відіграє прибуток як результат фінансово-господарської діяльності підприємства. Прибуток створює підґрунтя для активної участі всіх підрозділів підприємства у його формуванні і нарощуванні, що визначає зміст фінансової роботи на підприємстві (фінансове прогнозування та планування; аналіз та контроль виконання фінансових планів; розроблення заходів, спрямованих на поліпшення результатів фінансово-господарської діяльності).

Для досягнення основної мети аналізу фінансового стану підприємства — його об'єктивної оцінки та впливу можливостей підвищення ефективності функціонування — можуть застосовуватись різні показники фінансові аналізу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Небава М. І. Розвиток механізмів державної підтримки малого бізнесу в Україні / М. І. Небава, А. О. Стрельбицька // Економічний простір : Збірник наукових праць. – № 28/1. – Дніпропетровськ : ПДБА, 2009. – С. 68–71.
2. Небава М. І. Механізми державного регулювання та підтримки малого підприємництва в Україні / М. І. Небава, І. Є. Шайдюк, Ю. І. Черкасова, А. В. Дмитрук // Современные проблемы моделирования социально-экономических систем. Научный информационный журнал «Бизнес информ». – 4(2). – 2010 (382). – С. 61–63.
3. Небава М. І. Тенденції розвитку малого бізнесу в умовах нового податкового кодексу // М. І. Небава, Ю. І. Черкасова / Економіка та управління підприємствами, 2011. – С. 15-21.
4. Небава М. І. Вступ до фаху. Менеджер і команда: теоретичні та практичні аспекти : Навчальний посібник / С. М. Кізян, М. І. Небава, О. О. Адлер. – К. : Видавничий Дім «Слово», 2014. – 168 с.
5. Небава М. І. Підвищені вимоги ринку праці до якості професійних практичних компетенцій менеджерів // Шляхи підвищення ефективності навчального процесу у вищому навчальному закладі / Науковий вісник Вінницького кооперативного інституту. Збірник науково-методичних праць учасників IV Всеукраїнської науково-методичної конференції. 18 грудня 2013 р. Вінниця, 2013. – С.84-88.
6. Небава М. І. Узгодженість критеріїв підготовки менеджерів з вимогами ринку праці / М. І. Небава, І. В. Заюков // Модернізація структури та змісту підготовки фахівців з менеджменту організацій і адміністрування: Матеріали Міжнародної науково-методичної інтернет-конференції. Вінниця : ВНТУ, 2013, 24 квітня 2013 року. – С. 87-92.
7. Небава М. І. Модернізація підготовки фахівців менеджерського спрямування в контексті Болонського процесу / М. І. Небава // Модернізація структури та змісту підготовки фахівців з менеджменту організацій і адміністрування: Матеріали Міжнародної науково-методичної інтернет-конференції. Вінниця : ВНТУ, 2013, 24 квітня 2013 року. – С. 6-14.
8. Момот Т. В. Конспект лекцій з дисципліни «Фінансова діяльність підприємств» (для студентів спеціальності 7.03050901 – «Облік і аудит») / Т. В. Момот, Д. В. Сисоєв; Харк. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – Х.: ХНУМГ, 2013 – 106 с.
9. Фурик В. Г. Моделювання числових параметрів показників фінансового стану підприємств // В. Г. Фурик, Н. Л. Стасюк / Матеріали 5-ої Міжнародної науково-практ. конф. «Економічна безпека підприємств. Вінниця ВНТУ6 2Універсум-Вінниця. – 2008. – С. 61-66.
10. Фурик В. Г. Фінанси підприємств. Навч. посібник для студентів економічних спеціальностей. Вінниця ВНТУ. – 2005. – 138 с.
11. Фінанси різних форм бізнесу: навчальний посібник / [уклад. : Н. Г. Пігуль, О. В. Люта] ; Державний вищий навчальний заклад —Українська академія банківської справи Національного банку України”. – Суми : ДВНЗ —УБС НБУ”, 2011. – 201 с.
12. Фурик В. Г. До питання визначення фінансової стійкості підприємств // В. Г. Фурик, К. С. Лисак, Т. В. Дремлюга / Регіональна бізнес-економіка та управління. – 2009. – № 2. С. 129-131.

Відомості про авторів

Фурик Василь Григорович, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри фінансів, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Бальзан Марина Володимирівна, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економіки підприємства і виробничого менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Furyk Vasily, PhD, associate professor, assistant professor of finance, Vinnytsia National Technical University. Vinnitsa.

Balzan Marina, PhD, associate professor, assistant professor of business economics and production management, Vinnytsia National Technical University. Vinnitsa.

ОБҐРУНТУВАННЯ ВИБОРУ ОПТИМАЛЬНОЇ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

¹Вінницький національний технічний університет

Анотація

В статті досліджено основні проблеми формування та тенденції розвитку маркетинг-менеджменту у зовнішньоекономічній діяльності українських підприємств. Управління маркетингом у сфері зовнішньоекономічної діяльності включає дослідження основних характеристик сучасного світового ринку, його динаміки, тенденцій розвитку; розробку стратегії виходу і діяльності на потенційному зарубіжному ринку; визначення проблем і специфіки технології маркетингової діяльності на зовнішніх ринках.

Ключові слова: маркетинг, менеджмент, зовнішньоекономічна діяльність, світовий ринок міжнародний маркетинг.

Abstract

In the article the basic problems of development and trends of marketing management in foreign economic activities of Ukrainian enterprises. Marketing management in foreign economic activity includes the study of the basic characteristics of the modern global market, its dynamics and trends of development; development of exit strategies and activities to potential foreign markets; identification of problems and specific technology marketing activities in foreign markets.

Keywords: marketing, management, foreign trade activity, world market, international marketing.

Вступ

Основною метою будь-якої фірми на ринку є пошук шляхів вирішення проблем та задоволення потреб споживачів. Даний підхід щодо діяльності підприємства відображає маркетинг, як філософію бізнесу, інструмент досягнення цілей, пов'язаних з виходом на нові ринки, зростанням прибутковості. З іншої сторони, маркетинг – діяльність, функція менеджменту, що існує задля інформаційного забезпечення прийняття управлінських рішень та конкретизації дій щодо організації товарообігу, ціноутворення, збуту та реалізації товарів.

Процес управління маркетингом та його вплив на ефективність діяльності підприємства було розглянуто в багатьох працях з менеджменту та маркетингу такими вченими та науковцями: Айсіна Р.Г., Антоненко О.М., Тревого О.І., Костюкевич Р.М., Багієв Г.Л., Арєнков І.А., Басовський Л.Є., Вачевський М.В., Долішний М.І., Скотний В.Г., Войчак А.В., Гаркавенко С.С., Герасимчук В.Г., Голубков Е.П., Каніщенко О., Котлер Ф., Балобанова Л.В., Циганкова Т.М. та ін. В роботах як зарубіжних, так і вітчизняних вчених висвітлено та окреслено зміст та механізм формування маркетингового менеджменту на підприємстві.

Результати дослідження

Стабільно високий рівень попиту на товар досягається завдяки раціональному використанню маркетинг-менеджменту. Суб'єкт функціонує на засадах маркетингу лише тоді, коли управління підприємством, усіма його відділами, підрозділами і функціями здійснюється на основі маркетингової концепції. Але існує значна кількість трактувань даного поняття, що і є основною проблемою використання маркетинг-менеджменту на практиці.

Процес маркетинг-менеджменту на підприємстві має відбуватися поступово, з урахуванням всіх його складових. Формування маркетингового механізму регулювання зовнішньоекономічної діяльності являє собою застосування керівного впливу держави, міських органів влади до товаровиробників експортоспроможної продукції з метою максимізації їх пропозиції на зовнішніх ринках. Механізм регулювання включає послідовне подолання товаровиробниками нижчих рівнів пропозиції товарів із недостатніми якісними характеристиками з метою досягнення пропозиції на високих ієрархічних рівнях за рахунок підвищення якості товару на все більш представницьких виставках і ярмарках.

Зважаючи на це, підприємства розглядають новітні маркетингові підходи до застосування регулюючих механізмів в інтенсифікації зовнішньоекономічних зв'язків із застосуванням факторів попиту і пропозиції. А протиріччя інтересів виробників і споживачів обумовлює об'єктивну необхідність проведення маркетингових досліджень.

Маркетинг являє собою комплекс підходів і методів, орієнтованих на ринок, що служать досягненню цілей підприємств, країн. Ф.Котлер у роботі «Основи маркетингу» дає таке визначення: «Маркетинг – вид людської діяльності, направленої на задоволення потреб за допомогою обміну» [6,с.31].

Е.Дихтель і Х.Хершген розуміють маркетинг як «вираження орієнтованого на ринок управлінського стилю мислення, для якого характерні творчі, систематичні, а нерідко й агресивні підходи».

У прикладному розумінні маркетинг є процесом прийняття управлінських рішень на основі аналізу факторів зовнішнього ринкового середовища, для чого застосовуються маркетингові дослідження.

Варто зазначити, що провідне місце в системі міжнародного маркетингу займає дослідження іноземних ринків, під яким, як правило, розуміють процес пошуку, збору, обробки й аналізу даних про проблеми, пов'язані з маркетингом товарів і послуг. За таких умов головною метою маркетингових досліджень є зменшення невизначеності і ризику в ході прийняття комерційних рішень.

Шляхи взаємного пристосування інтересів виробників і споживачів можуть бути знайдені за допомогою маркетингових досліджень, для чого необхідно вивчити економічні інтереси як споживача, так і виробника, визначити сфери розбіжностей цих інтересів, знайти спосіб їх мінімізації шляхом розробки ефективної маркетингової стратегії.

У здійсненні маркетингових досліджень виділяють два напрями: внутрішній та міжнародний. У зовнішньоекономічній діяльності вітчизняних підприємств регулювання зовнішньоекономічних зв'язків зорієнтоване на міжнародний маркетинг.

З урахуванням цього, маркетинг-менеджмент зовнішньоекономічної діяльності слід визначити як теорію та практику прийняття управлінських рішень на основі аналізу факторів міжнародного ринкового середовища.

Дослідження проблеми необхідності формування системи логічної та обґрунтованої маркетингової поведінки в процесі прийняття рішення про вихід на зарубіжний ринок, застосування сучасних управлінських технологій в умовах інтернаціоналізованого маркетингового середовища і оперативної оцінки ефективності результатів зовнішньоекономічної діяльності, вимагає визначення етапів маркетингової діяльності компанії в процесі міжнародної діяльності (табл. 1), а також виділення найбільш важливих, з погляду особливостей інтернаціоналізації, в окремі алгоритми.

Таблиця 1.

Етапи маркетингового управління зовнішньоекономічною діяльністю

№	Назва етапу	Опис
1	Інформаційний	- аналіз стану компанії і її можливостей; - моніторинг світового товарного ринку; - маркетингові дослідження ринку і тд.
2	Аналітичний	- висування ,оцінка і субординація цілей; - обґрунтування вибору та привабливості ринків; - фінансове обґрунтування.
3	Стратегічне планування	- обґрунтування стратегії виходу на зовнішній ринок; - визначення основних пріоритетів виробничо-комерційної поведінки фірми; - вибір стратегічного охоплення ринку.
4	Оперативний	- розробка оперативного плану; - узгодження та реалізація заходів з маркетингу - вирішення проблем логістики та сегментації.
5	Маркетинговий контроль	- формальний контроль; - неформальний контроль

Джерело: Складено автором на основі [4,с.35]

Прийняття рішення щодо процесу виходу та стратегії комерційної діяльності на зарубіжному ринку має відбуватись на основі постійного й регулярного моніторингу внутрішньо корпоративних

спрямувань компанії та кон'юнктури обраного ринку, а також послідовної реалізації певних маркетингових заходів з урахуванням результатів та наслідків попередніх етапів стратегічного маркетингового планування.

На процес стратегічного маркетингового планування впливає певна група факторів, що визначає політику фірми на тому чи іншому ринку. Дані фактори не лише визначають доцільність виходу на ринок з точки зору присутності на ньому вільних ніш, структури попиту на товар чи послугу та ступеня впливу на бізнес різноманітних інститутів, але й дозволяють зробити висновки про адаптаційні можливості фірми в умовах ринкової волатильності (рис. 1).

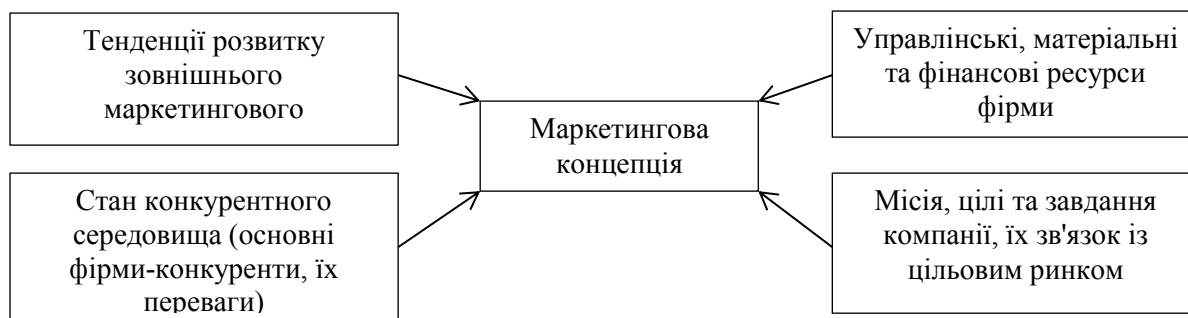


Рис. 1. Основні групи факторів, що впливають на формування стратегії маркетингової діяльності міжнародних фірм [3,с.87]

В контексті даного питання доцільно розглянути основні тенденції розвитку сучасного міжнародного бізнесу. Що стосується зовнішнього маркетингового середовища, то останнім часом прослідковується динамічна зміна смаків та уподобань споживачів, котрі притримуються принципів усвідомлення власних потреб.

В той же час слід вирізняти особливості маркетингової поведінки суб'єкта в умовах інтернаціоналізованого вітчизняного ринку або зарубіжного маркетингового середовища, які можуть відзначатися рисами різного рівня інтернаціоналізації бізнесу від експортного до глобального [9,с.76].

Відповідно спостерігається поступове узагальнення маркетингових атрибутів від специфічного набору делегованих «домашніх» етноцентрично орієнтованих маркетингових заходів, що тією чи іншою мірою адаптуються до умов конкретного зарубіжного ринку, до стандартизованих програм глобального маркетингу [10,с.41].

Згідно з результатами опитувань компаній, що працюють в умовах інтернаціоналізованого українського ринку, рівень використання активних інструментів міжнародного маркетингу серед вітчизняних компаній дуже низький і відповідає потребам формування активної бізнес-поведінки і високої конкурентоспроможності. Це підтверджують і попередні дослідження українських маркетингологів, які доводять, що приблизно третина вітчизняних компаній намагаються реалізувати існуючі товари не стимулюючи їх за допомогою маркетингових заходів, і лише приблизно 20% прагнуть працювати на ринках і сегментах з урахуванням довгострокових цілей фірми, пов'язаних з розширенням її міжнародної діяльності [5,с.23].

Компанія на основі існуючої більш-менш глибокої інформації приймає рішення щодо можливостей міжнародної експансії і будує так званий ціннісний ланцюг, що відображає суть її зовнішньоекономічних планів та пріоритетів і відповідних «системних засобів вираження і категоризації видів діяльності» [10,с.12].

Важливою обставиною формування механізму маркетингової поведінки компанії в міжнародному бізнес-середовищі є ступінь активності виходу на зарубіжні ринки, в основі якої лежить або нестримне прагнення до міжнародної експансії, або пасивне слідування певним обставинам. Використання міжнародного маркетингу в управлінні зовнішньоекономічною діяльністю насамперед вимагає його планування, розробки стратегічної маркетингової програми. Важливо відзначити, що стратегічна маркетингова програма складає основу загального стратегічного плану фірми в галузі зовнішньоекономічної діяльності.

Планування міжнародного маркетингу має свої стадії:

- аналіз середовища діяльності підприємства і прогнозування тенденцій його розвитку;
- визначення системи завдань на основі загальних завдань підприємства;
- визначення пріоритетних напрямків діяльності;
- сегментація іноземних ринків, вибір цільових сегментів;
- розробка стратегії виходу підприємства на іноземні ринки і поведінки на них;
- розробка заходів маркетингового комплексу;
- організація міжнародного маркетингу підприємства;
- контроль за досягненням завдань міжнародного маркетингу і, за необхідності, корекція стратегії міжнародного маркетингу. .

Для вибору оптимальної стратегії виходу на зарубіжні ринки компанії, що перебувають на стадії розвитку міжнародних відносин, необхідно розробити власний механізм обрання найбільш вигідної маркетингової стратегії відповідно ринкових умов та факторів, що є вирішальними на даному ринку (конкурентні умови, наявність ресурсів, структура попиту, місія та цілі).

Серед основних критеріїв класифікації маркетингових стратегій виділяють наступні[1,с.29]:

- залежно від терміну реалізації, стадії життєвого циклу товару;
- загального стану фірми-виробника;
- за елементами комплексу маркетингу;
- видом диференціації;
- методом обрання цільового ринку;
- за ступенем сегментації ринків збуту.

Компанії, зорієнтовані на міжнародну діяльність, повинні керуватися відповідними алгоритмами, щоб визначити свої можливості на зарубіжному ринку відповідно до власних цінностей та інтересів, і лише потім визначати маркетингову стратегію для їх реалізації. Таким чином, ще одним важливим елементом маркетингового забезпечення зовнішньоекономічної діяльності українських суб'єктів виступає їх так звана ділова позиція у формі активної ініціації бізнесу. Але це стає можливим лише за умов використання сучасних підходів до вирішення питань управління, що має сприяти формуванню позитивного іміджу окремих видів бізнесу, зокрема продуктів та компаній, а також країни в цілому, і реалізації агресивної комплексної стратегії міжнародного маркетингу.

У цих умовах важливим завершальним компонентом міжнародної маркетингової діяльності є ускладнення функцій контролю за результатами управлінських впливів, зокрема розробка показників і системи їх обчислення щодо типів та кількості ринків, ріння інтернаціоналізації маркетингових зусиль, територіального охоплення, ініціативності компанії в процесі залучення до світогосподарських зв'язків, досвіду і підготовки персоналу.

Певну складність являє собою відзначення ефективності заходів міжнародного маркетингу, що досліджується через систему показників управлінської діяльності в інтернаціоналізованому ринковому середовищі [5,с.37]. Функції контролю можна розглядати з точки зору відповідності організаційної структури завданням міжнародної діяльності; результатів діяльності та взаємодії функціональних підрозділів компанії; фінансових показників; кваліфікації персоналу; іміджевих наслідків тощо.

Проведенні дослідження показали, що більше 75% комерційних невдач відбувається через помилки в маркетинговій діяльності [8,с.26]. Міжнародний маркетинг ґрунтується на принципах внутрішнього (національного) маркетингу, тому використані в ньому стратегії, принципи і методики являються характерними і для міжнародного маркетингу.

На думку деяких науковців, особливої різниці між маркетингом «внутрішнім» (під час діяльності на національному ринку) і експортним немає[7,с.78]. Принципи маркетингової діяльності в обох випадках ідентичні. Але існує певна специфіка експортного маркетингу, що зумовлена особливостями функціонування закордонних ринків.

По-перше, зовнішні ринки висувають значно вищі вимоги до пропонованих товарів, їх сервісу, реклами і т. ін.

По-друге, вивчення зовнішніх ринків, їхніх можливостей, що є вихідним моментом експортної маркетингової діяльності є ще більш складним і трудомістким процесом, ніж вивчення внутрішнього ринку.

Звідси існує необхідність створення підприємствами-експортерами дослідних підрозділів, або отримання від спеціалізованих фірм-консультантів, що існують в країні, де пропонується експорт платної інформації про товарний ринок.

По-третє, ефективна діяльність на зовнішньому ринку вимагає творчого використання маркетингових методів.

По-четверте, відповідати вимогам світового ринку, пропонувати такі експортні товари, які навіть через певний період після виходу на ринок відрізнятимуться високою конкурентоздатністю.

Висновки

Дослідження особливостей управління маркетингом на підприємстві, що здійснює зовнішньоекономічну діяльність, показало, що при виході на зовнішній ринок виникає принципово нова ситуація, більш різноманітнішим стає зовнішнє середовище, збільшується число факторів, що впливають на прийняття рішень. Це призводить до того, що:

- підвищується ступінь невизначеності в діяльності підприємства;
- зростає ступінь ризику, з'являється додатковий ризик його діяльності;
- збільшується потреба в інформаційному забезпеченні підприємства;
- підвищуються вимоги до координації різних напрямків і сфер їх діяльності.

Використання системи маркетингу в управлінні зовнішньоекономічної діяльності підприємства в неповній мірі має негативні наслідки для його розвитку та процвітання. Очевидно, що більш активна позиція українських суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності у впровадженні системи управління маркетингом дала б змогу значно покращити якісний рівень роботи, зміцнити імідж та конкурентоспроможність на світових ринках.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Вачевський М.В. Маркетинг для менеджера / Вачевський М.В., Долішний М.І., Скотний В.Г. – Стрий : Просвіта, 2008. – 140 с.
2. Войчак А.В. Маркетинговий менеджмент : підручник / Войчак А.В. – К. : КНЕУ, 2006. – 268 с.
3. Дроздова Г.М. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності підприємства : підручник / Дроздова Г.М. – К. : КНЕУ, 2010. – 287 с.
4. Каніщенко О. Поведінкові аспекти експансії зарубіжних ринків: системний підхід / О. Каніщенко
5. Ковальчук С.В. Проблеми маркетингового менеджменту в сучасних умовах господарювання / С.В. Ковальчук, А.С. Бура // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – Хмельницький, 2014. – № 4. Т. 3. – С. 290–294.
6. Маркетинг для магістрів : навчальний посібник / за заг ред. С.М. Ілляшенка. – Суми : ВТД „Університетська книга”, 2012. – 928 с.
7. Маркетинговий менеджмент : навч. посіб. / за ред. Л.В. Балабанової. – 3-є вид., перероб. і доп. – К. : Знання, 2009. – 354 с. Новицький В.С. Міжнародна економічна діяльність України : підручник / Новицький В.С. – К. : КНЕУ, 2003.
8. Холсенсен С. Глобальний маркетинг / Холсенсен С. ; пер. с англ. Е. Носовой, К. Юрашкевича. – Минск : Новое знание, 2009.
9. Циганкова Т.М. Міжнародний маркетинг : навч. посібник / Циганкова Т.М. –К. : КНЕУ, 2010. – 120 с.
10. Цыганкова Т.М. Оцінка розвитку маркетингової діяльності українських експортерів / Т.М. Цыганкова // Маркетинг в Україні. – Травень-червень, 2013. – № 3 (25).

Марина Вікторівна Янович — студентка групи МОв-12, факультет менеджменту, Вінницький національний технічний університет, Вінниця.

Науковий керівник: **Володимир Олександрович Козловський** – к.е.н., доцент, професор кафедри економіки підприємства та виробничого менеджменту Вінницького національного технічного університету, м. Вінниця, kozlovskiy.vk.vntu.edu.ua

Marina Victorivna Yanovych – student group МОв-12, Department of Management, Vinnytsia, National Technical University, Vinnytsia.

Supervisor: **Volodymyr Oleksandrovych Kozlovskiy** – candidate of Education Sciences, associate professor, professor of department of economy of enterprise and production management of the Vinnytsia national technical university, Vinnytsia

УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЧИМИ РИЗИКАМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ

¹Вінницький національний технічний університет

Анотація

Виробничий ризик як складова сучасного підприємництва. В статті розглянуто основні причини виникнення та види виробничого ризику, охарактеризовано етапи та елементи управління виробничими ризиками.

Ключові слова: ризик, виробничий ризик, управління.

Abstract

Production risk as a component of modern business. The article describes the main causes and types of industrial risk, categorizes stages and elements of industrial risk management.

Keywords: risk, operating risk, management.

Вступ

Діяльність сучасних підприємств пов'язана з таким економічним явищем, як ризик. При цьому кожна галузь має певні ризики, притаманні саме їй, що змушує глибше вивчати, аналізувати й передбачати ризики, які зустрічаються на шляху учасників ринку під час виробництва, переробки та збуту продуктів.

Особливістю ризику в сучасних умовах є те, що по-перше, ризики набули тотального, глобального характеру; по-друге, у ризикованих ситуаціях дедалі більше виникає необхідність в одноосібних рішеннях; по-третє, середовище діяльності підприємств стає ринковим, на яке впливають такі чинники, як конкуренція, кон'юнктура, нестабільність у попиті й цінах тощо; по-четверте, ризик дедалі більше перетворюється на товар через розвиток і вдосконалення страхування.

Ризик є невід'ємною частиною підприємницької діяльності, тому що суттєво впливає на конкурентоспроможність підприємства як його складова частина.

Основна частина

Виробничі ризики – ризики, пов'язані зі збитком від зупинки виробництва унаслідок впливу різних факторів насамперед із втратою чи пошкодженням основних і оборотних фондів (устаткування, сировина, транспорт тощо), а також ризики, пов'язані із впровадженням у виробництво нової техніки і технології [1].

Виробничий ризик залежить від впливу різних чинників, найважливішими з яких є динаміка попиту і продажної ціни на продукцію, мінливість витрат на виробництво продукції і зміна питомої ваги постійних витрат у загальній сумі витрат на виробництво продукції підприємства [2].

Виробничі ризики - це такий вид ризиків, які виникають у процесі науково-дослідних і досвідно-конструкторських робіт, виробництва, реалізації та після реалізаційного обслуговування.

У відповідності з даним визначенням виробничі ризики можуть бути розділені на наступні категорії:

- Технічні ризики;
- Безпосередньо виробничі ризики;
- Транспортні ризики;
- Реалізаційні ризики.

До основних причин виробничого ризику можна віднести:

1. Зниження намічених обсягів виробництва і реалізації продукції внаслідок: зниження продуктивності праці; простою обладнання, втрат

робочого часу; відсутності необхідної кількості вихідних матеріалів; підвищеного відсотка шлюбу виробленої продукції;

2. Зниження цін, за якими планувалось реалізувати продукцію або послуги через її недостатню якість, непередбачуваними змінами ринкової кон'юнктури, зниженням попиту, ціновою інфляцією, призводить до вірогідних втрат.

3. Збільшення обсягу матеріальних витрат у результаті перевитрат матеріалів, сировини, палива, енергії, а також за рахунок збільшення транспортних витрат, торгових націнок, накладних та інших побічних витрат веде до втрат.

4. Зростання фонду оплати праці за рахунок перевищення запланованої чисельності персоналу або за рахунок підвищення заробітної плати окремим співробітникам.

5. Підвищення податкових платежів та інших відрахувань.

6. Сплата штрафів, природні збитки, а також втрати, обумовлені стихійними лихами. Врахувати такі втрати за допомогою якихось розрахунків неможливо.

7. Фізичний та моральний знос обладнання вітчизняних підприємств.

8. Відмова партнера від укладання договору, виникнення дебіторської заборгованості, неплатоспроможність партнера, підписання договору на умовах, які відрізняються від звичайних, низька дисципліна поставок, перебої з паливом та електроенергією [3].

Управління ризиками - це частина діяльності керівника організації, спрямована на захист від її економічних небажаних свідомих або випадкових обставин, що шкоди наносять її діяльності. Мета управління ризиками - виявляти, аналізувати і впливати на всі ризики, з якими стикається організація, з позиції сприятливих використання можливостей для її збільшення вартості активів [4].

Ризиком можна управляти, тобто використовувати різноманітні заходи, які б давали змогу певним чином прогнозувати виникнення ризикової ситуації і вживати заходів для зниження рівня ризику [5].

Процес управління ризиком можна представити у вигляді етапів :

1. Етап визначення мети – формулювання мети, керуючись якою визначають ступінь прийнятності ризику.

2. Етап розпізнання ризику – усвідомлення можливих ризикових ситуацій.

3. Етап оцінки ризику – визначення ступеня небезпеки, ймовірності та величини можливих наслідків. На цьому етапі роблять якісну та кількісну оцінку ризику.

4. Етап вибору методів управління ризиком. Методи управління поділяються на дві категорії: контроль за ризиком та фінансування ризику.

5. Рішення про те, який з методів управління ризиком вибрати, приймає особа, відповідальна за прийняття рішень. Іноді найкращим є поєднання відразу кількох методів.

6. Етап застосування обраного методу (методів) – рішення про те, який з методів управління ризиками слід застосовувати в першу чергу.

7. Етап оцінки результатів – це підбиття підсумків за певний період діяльності в умовах ризику.

Система управління ризиками має включати такі елементи:

- виявлення ризику. Належне виявлення ризику - це, в першу чергу, визнання та розуміння наявних ризиків або ризиків, що можуть виникнути у зв'язку з новими діловими ініціативами. Виявлення ризику має бути постійним процесом, що має здійснюватися як на рівні окремої операції, так і на рівні портфелів;

- вимірювання ризику. Точне і своєчасне вимірювання ризиків є надзвичайно важливим компонентом ефективного управління ризиками. Підприємство, яке не має системи вимірювання ризиків, має обмежену здатність контролювати ризики або здійснювати їх моніторинг. Крім того, розвиненість інструментів управління ризиками, які використовує банк, має бути адекватною складності і рівню ризиків, які він узяв на себе. Підприємство має періодично перевіряти надійність інструментів вимірювання, які він використовує.

- контроль ризику. Підприємство має встановити обмеження і довести їх до виконавців за допомогою положень, стандартів та/або процедур, які визначають обов'язки і повноваження працівників. Ці контрольні обмеження мають бути дійовими інструментами управління, які можна уточнювати в разі зміни умов або рівня толерантності до ризику. Підприємство має визначити послідовність процесу надання дозволів на виключення або зміни обмежень ризику, якщо вони є обґрунтованими;

- моніторинг ризику. Підприємства мають здійснювати моніторинг ризиків для забезпечення своєчасного відстеження рівнів ризиків і винятків із тих чи інших правил. Звіти про моніторинг

мають бути регулярними, своєчасними, точними та інформативними і надаватися відповідним посадовим особам для вжиття необхідних заходів [6].

Суттєвими чинниками ефективного управління ризиками є високий професійний рівень керівництва і відповідна комплектація персоналом. Керівництво несе відповідальність за впровадження, надійність і забезпечення функціонування систем управління ризиками.

Висновок

Для того, щоб ефективно здійснювати господарську діяльність, підприємствам потрібно не уникати ризику, а правильно оцінювати його ступінь й управляти ним своєчасно, враховувати чинники ризику при прийнятті управлінських рішень, забезпечувати адаптацію діяльності підприємства до мінливих умов зовнішнього та внутрішнього середовища.

Підприємницьке рішення - основа управління, вибір кращого способу дій з кількох можливих. Оскільки ризик визначає співвідношення двох полярних результатів: негативного та позитивного, то тільки розумна виробнича та фінансова політика, яка проводиться на основі детального аналізу діяльності підприємства, дозволить, з одного боку, зменшити вірогідність реалізації негативних результатів, а з іншого - звести до мінімуму негативні наслідки цих ситуацій, якщо вони все ж таки настали.

Прийняття підприємцем оптимального рішення – запорука успіху діяльності підприємства, адже воно значною мірою знижує ступінь ризику та дозволяє отримати високий остаточний результат. Наслідки ризику найчастіше проявляються у вигляді фінансових втрат або неможливості отримання очікуваного прибутку, однак ризик - це не тільки негативний результат прийнятих рішень.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Підприємництво та його організаційно-правові засади : Навчальний посібник / Коваленко О. В. - Вид-во ДЗ "ЛНУ імені Тараса Шевченка", 2013. - 400 с.
2. Фінансовий менеджмент: Навчальний посібник / під ред. проф. Є.І.Шохіна. - М.: ІД ФБК-ПРЕС, 2002. - 408 с.
3. Марчева І. А. Страхування: Навчально-методичний посібник. Укладач: Марчева І. А. – Нижній Новгород: Нижегородський державний університет, 2012. – 122 с.
4. Ситуаційний менеджмент : Навчальний посібник / Бондар О. В. - – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 388 с.
5. Інноваційний менеджмент : підручник / Т. О. Скрипко. - К. : Знання, 2011. - 423 с.
6. Васюренко О.В. Банківський нагляд: підручник / О.В. Васюренко, О.М. Сидоренко. – К.: Знання, 2011. – 502 с.

Марія Ігорівна Чередниченко — студентка групи МОв-12, факультет менеджменту, Вінницький національний технічний університет, Вінниця.

Науковий керівник: **Тарасюк Наталія Михайлівна** - к.е.н., ст. викладач каф. ЕПВМ, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Maria Ihorivna Chrednychenko – student group MOP-12, Department of Management, Vinnytsia, National Technical University, Vinnytsia.

Supervisor: **Natalia Mykhaylivna Tarasyuk** – candidate of Education Sciences, senior lecturer kafedry, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.

УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ФОРМУВАННЯМ ТА ВИКОРИСТАННЯМ КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

¹Вінницький національний технічний університет

Анотація

В даній статті розглянуто теоретичні засади формування та використання капіталу підприємства. Проведено аналіз джерел та концепцій формування капіталу, визначено фактори, що мають суттєвий вплив на формування структури капіталу.

Ключові слова: капітал, власний капітал, позичковий капітал, структура капіталу, формування капіталу.

Abstract

In this article was considered theoretical bases of formation and use of the company's capital. The analysis of sources and concepts of capital formation, the factors having significant influence on the formation of capital structure.

Keywords: capital, equity capital, debt capital, capital structure, capital formation.

Вступ

У процесі діяльності будь-якого підприємства важливу роль відіграє вирішення проблеми забезпечення його функціонування необхідним та достатнім обсягом капіталу, що є запорукою ведення ефективної господарської діяльності й отримання високого кінцевого фінансового результату. Джерелами формування капіталу підприємства можуть бути як власні фінансові ресурси, так і позикові. Для більшості підприємств основною частиною і базою усього фінансового капіталу є власний капітал, але діяльність підприємства в системі ринкової економіки неможлива без періодичного використання різноманітних форм залучення позикових коштів.

Основна частина

Процес формування капіталу підприємства являє собою сукупність узгоджених та пов'язаних способів і методів залучення у господарський оборот виробничих ресурсів, що використовуються (способи і методи) економічними службами й органами правління підприємства в ході формування капіталу. Цей процес мусить забезпечувати виконання таких функцій: вибір, планування і залучення ресурсів в оборот, розподіл ресурсів відповідно до обраної стратегії підприємства та контроль за формування капіталу.

Формування капіталу підприємства розпочинається з розроблення черговості цього процесу на основі досліджування потреб ринку, визначається стратегія і прибуткова політика підприємства. Після цього відбувається оцінка економічних здібностей організації, тобто визначаються можливості виробництва, менеджменту, персоналу і маркетингу. Далі оцінюється потенціал підприємства або шанси основних засобів, трудових, фінансових й інтелектуальних ресурсів. Складається цільовий бізнес-план, у якому розраховуються потрібні ресурси для формування капіталу, план вибору, пошуку, залучення та обґрунтування джерел [1].

Капітал підприємства формується з метою задоволення необхідності у придбанні потрібних активів і оптимізації його структури з позиції забезпечення відповідних умов для продуктивного його використання.

Враховуючи мету процес формування капіталу підприємства оснований на п'яток принципах [2]:

1. Врахування можливостей розвитку господарської діяльності підприємств.

Процес формування структури і розміру капіталу залежний від завдань, які забезпечують його господарську діяльність підприємства не тільки на початковому етапі його функціонування, але і в майбутньому.

2. Відповідність розмірів капіталу, який залучається, до розмірів активів підприємства, які створюються.

Загальна необхідність в капіталі підприємства виходить з його необхідності в позаоборотних і оборотних активах. При створенні нового підприємства визначають загальну потребу в капіталі для цього використовують, як правило, два основних методи:

прямий метод ґрунтується на встановленні потрібної суми активів, які дають право новому підприємству почати господарську діяльність.

непрямий метод ґрунтується на розрахунку показника “капіталоємність продукції”.

3. Забезпечення найкращої структури капіталу з позиції оперативного функціонування.

Складові капіталу мають вплив на рівень рентабельності власного капіталу і активів, тобто на рівень фінансової та економічної рентабельності підприємства; характеризує систему коефіцієнтів платоспроможності та фінансової стійкості, тобто ступінь провідних фінансових ризиків, а також утворює співвідношення рівня ризику та прибутковості в ході розвитку підприємства.

4. Забезпечення мінімізації витрат щодо утворення капіталу з багатьох джерел.

Ця мінімізація відбувається підчас управління вартістю капіталу.

5. Забезпечення найбільш ефективного вживання капіталу в ході господарської діяльності.

Втілення в життя даного принципу здійснюється шляхом максимізації показника рентабельності власного капіталу за встановленим для підприємства ступенем фінансового ризику.

При вирішенні питання щодо схеми формування структури капіталу та джерел його фінансування можливі два основні напрямки: змішане фінансування (формування капіталу за рахунок власних і залучених коштів в різних пропорціях) та повне самофінансування виключно за рахунок власних ресурсів. При виборі будь-якої схеми необхідно враховувати переваги та недоліки різних джерел фінансування, виходячи безпосередньо з поточної фінансової позиції конкретного підприємства. Загальновизнаними є такі переваги та недоліки [3]:

- власний капітал: його перевагами визнається простота залучення, висока здатність генерування прибутку у всіх сферах діяльності, забезпечення фінансової стійкості розвитку підприємства, його платоспроможності в довгостроковому періоді, зниження ризику банкрутства, а недоліками – висока вартість (теоретично), неможливість забезпечення перевищення коефіцієнта фінансової рентабельності підприємства над економічною (теоретично), обмеженість обсягу залучення фінансових ресурсів для розширення операційної та інвестиційної діяльності підприємства на окремих стадіях життєвого циклу, обмеженість обсягу залучення, а отже, і можливостей суттєвого розширення операційної та інвестиційної діяльності підприємства в періоди сприятливої кон'юнктури ринку на окремих етапах його циклу;

- позиковий капітал: його перевагами визнаються відносно широкі можливості залучення, забезпечення росту фінансового потенціалу підприємства, нижча, у порівнянні з власним капіталом, вартість, здатність генерувати приріст фінансової рентабельності, а недоліками – ризик зниження фінансової стійкості, залежності та втрати платоспроможності, висока залежність вартості запозиченого капіталу від коливань кон'юнктури фінансового ринку, активи, які сформовані за рахунок позиченого капіталу, створюють меншу норму прибутку, складність процедури залучення та ін.

Висновок

Отже, підприємство, яке використовує позиковий капітал, має більш високий фінансовий потенціал розвитку і можливості приросту фінансової рентабельності, але при цьому суттєво збільшується фінансовий ризик і загроза банкрутства.

Визначення основних методик аналізу формування капіталу підприємства показало, що можливості використання різних джерел формування капіталу значною мірою впливають на ефективність управління його структурою. Сьогодні більшість вітчизняних промислових підприємств не має можливості використовувати внутрішні джерела для формування додаткового капіталу у необхідному обсязі. Залучення додаткового капіталу пов'язано із використанням зовнішніх джерел його формування.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Управління структуруванням власного капіталу акціонерних товариств / Р.А. Славюк, Н.М. Чиж. – К.: УБС НБУ, 2009. – 358 с.
2. Яремко І.І. Управління капіталом підприємства: економічний і фінансовий інструментарій. – Львів: Каменяр, 2006. – 176 с.
3. Попов О.Є., Котов А.М., Зайцева Т.Г. Розподіл і реалізація корпоративного контролю при формуванні капіталу акціонерного товариства. – Харків: ВД «ІНЖЕК», 2009. – 320 с.

Анастасія Олександрівна Хомюк — студентка групи МОп-12, факультет менеджменту, Вінницький національний технічний університет, Вінниця.

Науковий керівник: **Олександр Йосипович Лесько** — кандидат економічних наук, професор, завідувач кафедри економіки підприємства і виробничого менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Khomiuk Anastasiya Aleksandrovna – student group MOP-12, Department of Management, Vinnytsia, National Technical University, Vinnytsia.

Supervisor: **Alexander Iosifovich Lesko** – candidate of economic Sciences, Professor, head of the Department of Economics of enterprise and production management, Vinnytsia national technical University, Vinnitsa.

МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ ІНФОРМАЦІЙНИМИ РЕСУРСАМИ ПРИ ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ЕФЕКТИВНОСТІ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВАХ

Вінницький національний технічний університет

Анотація. Проведено наукові дослідження щодо ефективності праці на промислових підприємствах. Розроблено організаційно-економічного механізму підвищення ефективності праці на промислових підприємствах з використанням інформаційних параметрів та моделі ефективності, яка враховує соціальну, організаційну та економічну ефективність праці.

Ключові слова: ефективність праці, інформаційні ресурси, організаційно-економічний механізм управління.

Abstract. There have been scientific studies on the effectiveness of work in the industry. Organizational-economic mechanism of labor efficiency in industrial settings by using information and models of efficiency that takes into account the social, organizational and economic efficiency of work.

Keywords: efficiency of labor, information resources, organizational and economic mechanism of governance.

В інформаційному суспільстві інформація починає відігравати роль одного з основних економічних ресурсів, під впливом котрого змінюються форми економічної діяльності, види й типи підприємств та установ, соціальні стосунки; він стає таким же національним ресурсом, як надра, вода, ліси тощо. Це визначає основні напрямки у роботі з ресурсами підприємств, пріоритети та підходи при управлінні. Як зазначено у [1], персонал є особливим ресурсом сучасного підприємства, ефективне використання якого дасть змогу значно підвищувати обсяги виробництва та реалізації продукції, прибутковість та конкурентоздатність. Водночас слід особливо підкреслити, що категорія “ефективність праці” активно обговорюється у вітчизняних та зарубіжних працях. Зокрема, такими є наукові праці Адамчука В., Багрової І., Богині Д., Вороніна О., Данюк В., Кібанова А., Маслоу А. Машенкова В., Оучі У., Пастух О., Петюх В., Постолова Е., Сербіновського Б., Слезінгера Г., Співак В., Струмиліна С., Харченко В., Цимбалюк П. та ін. Наявність різноманітних трактувань та підходів зумовила необхідність сформування власного визначення. Так, згідно авторської концепції, ефективність праці робітників – це соціально-економічна категорія, яка відображає реальний рівень віддачі праці при необхідному забезпеченні робітників основними та оборотними засобами з врахуванням ризиків, обумовлених негативним впливом нестабільного зовнішнього середовища [1].

Ефективність праці передбачає правильний вибір інформаційних ресурсів щодо персоналу, що має забезпечувати якісну політику управління. Механізм формування ефективності праці є досить багатоаспектною категорією, що представляє собою сукупність складових частин, взаємодія яких призводить до динаміки ефективності праці. Розробка такого механізму потребує комплексного підходу. Це передбачає визначення системно узгоджених за відповідною класифікацією факторів, що впливають на ефективність, та розробку теоретико-методологічних засад, науково-практичних рекомендацій та інструментарію щодо підвищення ефективності праці робітників.

Враховуючи вищенаведене, було сформовано організаційно-економічний механізм підвищення ефективності праці робітників промислових підприємств (рис. 1). Даний організаційно-економічний механізм включає у себе основні функції реалізації дії механізму, до яких відносяться планування щодо роботи з персоналом, організація управління ефективністю праці, регулювання процесу підвищення рівня ефективності праці, коригування дій, контроль за ефективністю праці, а також облік та аналіз ефективності праці на підприємстві.

Методи забезпечення ефективності праці, які входять до організаційно-економічного механізму, включають в себе наступні складові.

Метод наукової обґрунтованості забезпечує доцільність та якість усіх заходів, що спрямовані на підвищення рівня ефективності праці на підприємстві. Метод цільової орієнтованості та єдності цілей передбачає наявність чітко окреслених цілей та задач, які забезпечують їх виконання щодо

підвищення ефективності праці. Безперервність, послідовність та плановість процесу підвищення ефективності праці є безумовними умовами забезпечення ефективності на підприємстві. Система управління ефективністю має містити чітко сплановані заходи, виконання яких є послідовним та плановірним, що забезпечить безперервність процесів управління та контролю. Гнучкість системи управління ефективністю праці передбачає її здатність реагувати на зміни у внутрішньому та зовнішньому середовищі. Метод інноваційної направленості забезпечує відповідність системи управління ефективністю праці сучасному розвитку науки та техніки, НТП.

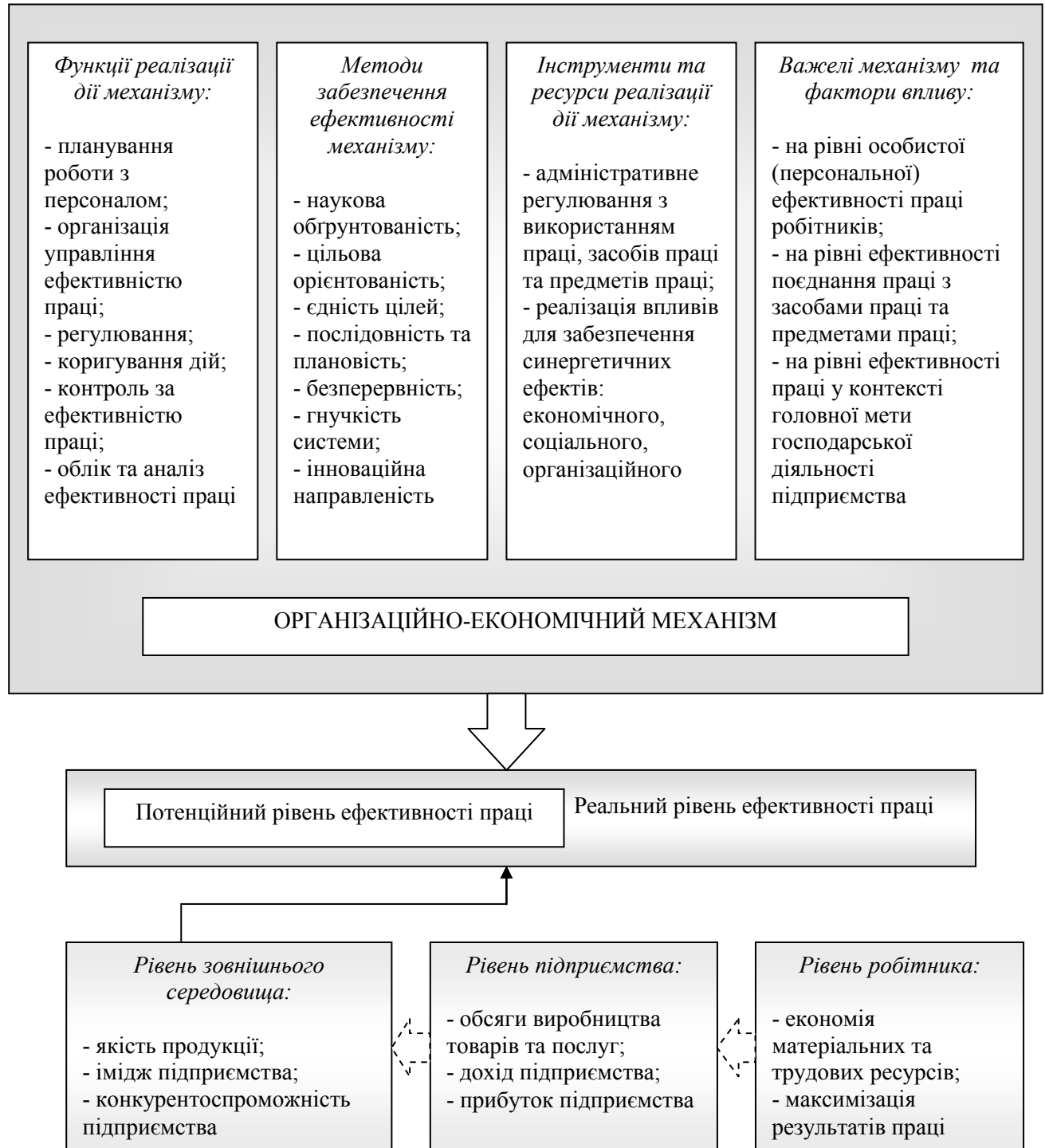


Рис. 1. Організаційно-економічний механізм підвищення ефективності праці на промислових підприємствах

Джерело: власна розробка

Особливістю організаційно-економічного механізму є те, що він передбачає виокремлення двох рівнів ефективності праці робітників: реальний та потенційний рівень. На потенційному рівні ефективність праці оцінюється, виходячи з класичного бачення ефективності: відношення отриманого результату (дохід, обсяги виробництва, прибуток) до витрат, які було покладено для отримання даного результату. На даному рівні часто використовують такі показники, як виробіток, трудомісткість і т. ін.

Проте, як показує практика останніх кризових років економіки країни, підвищення показників продуктивності праці ще не означає ефективність праці робітників, оскільки за час кризи продуктивність праці на підприємствах галузі зросла за умов незмінності обсягів переробки продукції, проте масового скорочення персоналу [2]. Слід підкреслити, що зазначені тенденції відбувалися без будь-яких істотних технологічних і технічних модернізацій, а звідси згаданого ефекту було досягнуто за рахунок зростання експлуатації працівників. Це ж було підтверджено під час інтерв'ювань експертів, де було зазначено зростання браку продукції, загострення конфліктності у трудових колективах та ін. [3].

На відміну від потенційного, реальний рівень ефективності праці робітників враховує як кількісні, так і якісні параметри формування ефективності праці. Також реальний рівень визнає ефективність праці за умов збалансованості ефективності праці робітників та ефективності функціонування підприємства. Адже ефективність підприємства, знаходиться у значній залежності від ефективності праці робітників (збільшення ефективності праці на 20% призводило до збільшення прибутковості в середньому від 3 до 50%).

Так, при підвищенні ефективності праці необхідно враховувати кількісні та якісні інформаційні параметри формування ефективності:

1. Кількісні інформаційні параметри (чисельність робітників; витрати часу; рівень заробітної плати; обсяги основних та оборотних фондів; прибуток підприємства; обсяги виробленої продукції).
2. Якісні інформаційні параметри (освіта робітників; вікова структура робітників; кваліфікація робітників; дисципліна робітників; стаж роботи; мотивація; імідж підприємства).

Дані параметри відображають три рівні формування ефективності праці робітників підприємств: рівень ринкового середовища, рівень підприємства, рівень робітника.

Висновки. Таким чином, результатом дослідження є одержання організаційно-економічного механізму підвищення ефективності праці на промислових підприємствах з використанням інформаційних параметрів та моделі ефективності, яка враховує соціальну, організаційну та економічну ефективність праці та передбачає підвищення рівня ефективності на основі якісної та достовірної її оцінки. Дослідженнями було підтверджено, що використання розробленого організаційно-економічного механізму забезпечить високий рівень екстенсивності та інтенсивності праці, що позитивно впливає на рівень продуктивності праці. А це в свою чергу збільшить рівень ефективності праці робітників підприємств.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Міронова Ю. В. Деякі теоретичні аспекти ефективності праці на промислових підприємствах / Ю. В. Міронова // Економіка: проблеми теорії та практики: зб. наук. пр. – Дніпропетровськ : ДНУ, 2008. – Т. 3, № 243. – С. 549–553.
2. Савкин А. Управление персоналом в новых экономических условиях: как сократить издержки и повысить эффективность / А. Савкин, Ф. Гузенюк // Менеджмент и менеджер. – 2009. – №. 11–12. – С. 6–10.
3. Міронова Ю. В. Використання методу колективних експертних оцінок “Дельфі” для вибору оптимального показника оцінки ефективності використання робочої сили / Ю. В. Міронова, Б. Є. Грабовецький // Вісник ВПІ: зб. наук. пр. – Вінниця : ВНТУ, 2009. – № 4. – С. 33–38.

Юлія Володимирівна Міронова – к. е. н., доц. кафедри менеджменту та безпеки інформаційних систем, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, matusiak1@yandex.ru

Mironova Julia V. – Cand.Econ.Sci, docent Department of Management and Information Systems Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.

НАУКОВО-ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Вінницький національний технічний університет

Анотація. Проведено наукові дослідження щодо ефективності маркетингових комунікацій на вітчизняних підприємствах. Виділено основні інструменти маркетингової комунікаційної діяльності, а також проведено ґрунтовні дослідження щодо їх пріоритетності методом експертних оцінок. Обґрунтовано науковий інструментарій у системі комунікаційного маркетингу на підприємствах.

Ключові слова: маркетингові комунікації, комунікаційний маркетинг, комунікація, інструменти, реклама, персональний продаж, стимулювання збуту, корпоративний сайт, Event Marketing, PR.

Abstract. Researches on the effectiveness of the marketing communications were pursued in the domestic companies. There were found the main tools of marketing communication activity and they also did the ground investigations about their priority by the method of expert grades. Researches tools were grounded in the marketing communications system in companies.

Keywords: marketing communication, marketing communication, communication tools, advertising, personal selling, sales promotion, corporate site, Event Marketing, PR.

В умовах ринкової економіки першочерговим є вдосконалення механізмів управління підприємством, які забезпечують його ефективне функціонування. Одним із шляхів вирішення проблеми є використання маркетингових комунікацій як інструмента впливу на внутрішнє та зовнішнє середовище підприємства. Проте сучасна практика діяльності підприємств показує, що маркетингові комунікації сприймаються зазвичай як допоміжна діяльність, часто ототожнюються лише із просуванням продукції, застосовуються відособлено, а не в комплексі з іншими елементами маркетингу, подекуди завдання окремих комунікаційних інструментів суперечать іншим. Відповідно це призводить до зниження сприйняття маркетингових комунікацій, ускладнення їх інтеграції в систему управління підприємством, і, як наслідок, призводить до неефективної діяльності. Але саме використання маркетингових комунікацій є одним із шляхів формування таких механізмів управління підприємством, які б забезпечили його ефективне функціонування в умовах ринкової економіки. При цьому внутрішні комунікації відіграють провідну роль у розвитку підприємства, адже якість обміну інформацією може прямо вплинути на формулювання цілей організації та ступінь їх реалізації.

Питанням управління комунікаційними процесами, визначенням місця комунікацій у системі менеджменту підприємства присвячені роботи багатьох вітчизняних та зарубіжних вчених. Так, праці М. Портера, Ф. Котлера містять фундаментальні основи маркетингової комунікаційної діяльності, П. Дойля та Ж. Ж. Ламбена – стратегічні аспекти комунікаційних процесів; Т. Примака, Г. Почепцова, Є. Голубкової – теоретичні та практичні основи маркетингових комунікацій.

У свою чергу В. Божкова, Т. Лук'янець, Є. Ромат займаються вивченням окремих інструментів маркетингових комунікацій; Дж. Л. Лейхіфф, Дж. М. Пенроуз, Б. Мільнер, Е. Роджерс досліджують окремі аспекти впровадження комунікацій у специфічних сферах.

Проте наявність великої кількості невирішених проблем, дискусійність багатьох теоретичних положень, а також їх велике практичне значення зумовлюють необхідність подальшого дослідження питань з управління маркетинговими комунікаціями на підприємстві. Отже, необхідно практично дослідити кожен маркетингову комунікацію і довести необхідність комплексного використання на промислових підприємствах України.

Метою роботи є аналіз теоретичних засад маркетингових комунікацій як складової ефективного управління підприємством.

Як зазначено у роботі, ефективність господарської діяльності підприємства досить сильно залежить від управління комунікаційними процесами маркетингової діяльності. Такі висновки підтверджуються тісним кореляційним зв'язком між зазначеними факторами.

Згідно з досліджень, проведених вітчизняними авторами, можна представити такі принципові положення:

1) важливо постійно підвищувати ефективність управління маркетингом для забезпечення ефективності господарської діяльності підприємства;

2) керівництву варто максимально застосовувати методики по підвищенню продуктивності праці відділу маркетингу, стимулювати розвиток персоналу, а також у кожному періоді (місяць, квартал, рік) частину прибутку спрямовувати на розвиток маркетингової стратегії, постійно вдосконалювати комунікаційні процеси підприємства для покращення маркетингової діяльності;

3) застосовувати якісну інформаційну систему, постійно слідкувати за роботою програмного продукту та новинками на ринку ІТ для підвищення ефективності управління маркетинговою діяльністю [1].

На основі проведених досліджень щодо інструментарію запропоновано сім інструментів для покращення маркетингових комунікацій:

1. Реклама – цілеспрямований інформативний вплив опосередкованого характеру на споживача з метою просування товарів та послуг на ринок.

З огляду на сучасний стан наукових поглядів щодо досліджуваної проблеми, реклама як комунікаційний інструмент має такі переваги: охоплення територіально великого ринку; швидке інформування споживачів про товари та підприємство; можливість багаторазового повтору для однієї аудиторії; ефективно і виразно подання інформації; можливість коригувати повідомлення з часом;

З метою поглиблення та уточнення сутності реклами було виділено її недоліки: висока загальна вартість; неможливість ведення діалогу з аудиторією; високий відсоток некорисної аудиторії; неможливість здійснення індивідуалізованого підходу до кожного споживача.

2. Особистий, або персональний продаж – це частина просування товарів і послуг, включаючи їх усне подання в бесіді з одним або декількома потенційними покупцями з метою продажу.

Персональний продаж характеризується такими позитивними ознаками: особистісний характер відносин торгових представників клієнтів дозволяє краще розуміти один одного; становлювати довірчі і навіть неформальні відносини; спонукає клієнтів до відповідної реакції.

Очевидно апріорі можна стверджувати про такі недоліки персонального продажу: це найдорожча з усіх форм просування товарів і послуг; може дратувати споживача без інтересу до покупки.

3. Public Relations є інструментом, що досить активно використовується в комунікаціях підприємств. Основними його засобами для комунікацій є: 1) спонсорство; 2) публісیتی (пропаганда); 3) програми лояльності (програми підтримки стосунків із контактними аудиторіями, в тому числі з потенційними споживачами).

Відтак, Public Relations дає змогу: підвищити репутацію підприємства, допомагають розмістити маркетингову інформацію в таких ЗМІ, які принесуть користь за рахунок високої уваги до них читачів та глядачів; відстежувати ставлення споживачів із метою оцінювання їхнього сприйняття іміджу товару та підприємства; забезпечити взаємопорозуміння й контакти з різними учасниками маркетингового процесу, що є ключовою умовою інтегрованих маркетингових комунікацій; довіри споживачів незалежним джерелам інформації; відсутність необхідності в значних витратах (пропаганда); можливість посилення дії інших елементів комунікації[2].

Авторами окреслено основні недоліки зазначеного інструментарію: їх ефективність важко підрахувати; не можуть бути безпосередньою причиною збільшення продажу товарів та послуг; пропаганду складно контролювати.

4. Стимулювання збуту – це маркетингова діяльність, направлена на реалізацію товарів. Окрім нетривалого підвищення рівня продажів або тимчасового переходу з однієї товарної марки на іншу, дії зі стимулювання збуту повинні укріплювати позицію магазину на ринку і створювати довготривалі стосунки із споживачем.

Можна виділити наступні переваги стимулювання збуту: високий рівень стимулювання сфери торгівлі і споживачів (для збільшення обсягу збуту); безпосередня вигода для споживачів (короткострокове збільшення обсягів збуту); дають змогу споживачам безпосередньо ознайомитись з товаром (приваблення нових споживачів).

Поряд із наведеними перевагами вважаємо за необхідне окреслити основні недоліки стимулювання збуту: потребує точного розрахунку (може зашкодити іміджу товару); легко копіюється конкурентами; великі витрати; може бути причиною очікування зниження цін [3].

5. Event Marketing (подієві заходи) – ряд заходів спрямованих на просування марки або продукту за допомогою яскравих подій. Завдяки прямому контакту, який формується в ході заходу, з'являється можливість більш точно і ефективно вплинути на покупця.

Дослідження дозволили виділити такі переваги Event Marketing: Event Marketing дозволяє компаніям вчасно приділяти увагу клієнтам, які знаходяться на стадії прийняття рішень щодо продуктів і послуг; розкручене подія сама стає брендом, що дозволяє широко використовувати його при побудові подальшої стратегії компанії; на Event Marketing можна організувати прямий продаж товару; висока креативність та гнучкість дозволяють вибудовувати оригінальні програми для компаній різних сфер діяльності і з різними фінансовими можливостями; використання подієвого маркетингу можливе там, де реклама заборонена або не діє.

Водночас, Event Marketing має такі недоліки: складність організації; великі витрати; високий відсоток некорисної аудиторії.

6. Корпоративний сайт за останні п'ять років набуває все більшого та стратегічного значення в просуванні продукції. А створення веб-сайтів дає компаніям нові можливості презентувати свої продукти, послуги, розповісти про свою історію, філософію бізнесу, вакансії тощо.

Принциповими перевагами корпоративного сайту є такі: для нього не існує кордонів та часових обмежень; є найдинамічнішим засобом комунікацій, здатним змінюватися будь-яку кількість разів навіть протягом доби; витрати підприємства на зміну інформації мінімальні; є інтерактивним

засобом комунікацій, який дозволяє отримувати зворотну реакцію, здійснювати консультації, отримувати та обробляти запити тощо; є комплексним засобом. А саме через нього реалізуються такі інструменти, як реклама, персональні комунікації, стимулювання збуту тощо.

Доцільно навести виділені авторами недоліки: робить людей асоціальними; шкодить живому спілкуванню; не кожна особа має доступ до Інтернету.

Проте на сьогодні стає популярним використання інтегрованих маркетингових комунікацій. Інтегровані маркетингові комунікації – широке поняття, що охоплює всі інструменти. Вони призначені формувати звернення, спрямовані на цільову аудиторію, і здатні просувати продукцію підприємства до кінцевого споживача [4].

Сучасні науковці по-різному виділяють пріоритетність того чи іншого інструментарію маркетингових комунікацій. Постає проблема виявлення ефективності існуючого переліку інструментів. Її вирішення можливе на основі застосування методу колективних експертних оцінок «Дельфі». Так, було сформовано анкети, які містять інформацію про окремі інструменти. В якості експертів було обрано провідних фахівців, теоретиків та практиків у сфері маркетингових комунікацій на підприємстві.

Високий рівень узгодженості думок експертів дозволяє вибрати найбільш прийнятний інструмент для маркетингових комунікацій, базуючись на розрахованих статистичних даних (табл. 1). Найкращим вважається інструмент, який отримав найбільший середній бал і відповідно найменше значення середнього рангу. Таким інструментом є інтегровані маркетингові комунікації, тобто найбільш традиційний показник і якому експерти надали перевагу.

Таблиця 1 – Статистична оцінка порівняльної важливості показників ефективності використання трудового потенціалу підприємства

№	Назва статистичного показника	Умовне позначення	Інструменти						
			1	2	3	4	5	6	7
1	Середнє знач. в балах	M_j	92	20	58	68	6	42	98
2	Середній ранг	S_i	1,9	6,2	3,7	3,3	6,8	4,8	1,3
3	Частота макс. можливих оцінок	K_{100j}	0,4	0	0	0	0	0	0,8
4	Коеф.активності експертів	K_{aej}	1	0,8	1	1	0,4	1	1
5	Середня вага показника	W_j	0,236	0,054	0,151	0,175	0,015	0,109	0,259
6	Розмах оцінок	L_j	10	30	30	40	20	20	10

Водночас слід звернути увагу і на ряд інструментів, які також заслужили увагу експертів, зокрема: реклама, PR. Також експерти не приділили увагу таким інструментам, як Event Marketing та персональний продаж.

Висновки. Наукові дослідження у даному матеріалі були спрямовані на вирішення актуальної наукової проблеми – обґрунтування теоретичних та практичних положень щодо ефективності інструментарію маркетингової комунікації на підприємстві. Запропоновано сучасний підхід до визначення переліку інструментів комунікацій підприємства. Проведене наукове дослідження

дозволило виділити основні інструменти: персональний продаж, стимулювання збуту, ПР, реклама, Event Marketing, корпоративний сайт та інтегровані комунікації.

Узагальнюючий аналіз даних анкетного опитування свідчить, що оцінка ефективності використання маркетингових комунікацій має здійснюватися на основі виокремлення інструментів комунікації. Причому, як свідчить результат колективних експертних оцінок, необхідно в першу чергу приділяти увагу якісному інструменту – інтегрованим комунікаціям. На основі отриманих результатів стає можливим подальше ґрунтовне дослідження практичного застосування інтегрованих комунікацій на вітчизняних підприємствах.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Міронова Ю. В. Особливості управління маркетинговою інформацією виробничого підприємства / Ю. В. Міронова, А. В. Кухар, О. Д. Ситнік // Економічний простір. – 2015 – 95, С. 220–230.
2. Тимохіна Я. О. Інтегровані маркетингові комунікації: періодизація розвитку та визначення понять / Я. О. Тимохіна // Сталій розвиток економіки. – 2013. – № 4. – С. 324–328.
3. Азарова А. О. Модель удосконалення збутової політики на підприємстві / А. О. Азарова, Л. В. Байдалюк // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2010. – №4, Т.1. – С. 38–42.
4. Івашова Н. В. Сучасний підхід до формування системи комунікацій промислового підприємства / Н. В. Івашова, Т. П. Гончаренко // Вісник Української академії банківської справи. – 2011. – № 1. – С. 120–126.

Оксана Олександрівна Казляк – студентка групи МОі-12, факультету менеджменту, Вінницького національного технічного університету, Вінниця, e-mail: oksana.kaglyak.95@mail.ru.

Науковий керівник: **Юлія Володимирівна Міронова** – к. е. н., доц. кафедри менеджменту та безпеки інформаційних систем, Вінницький національний технічний університет, Вінниця.

Kahlyak Oksana O. – Department of Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: oksana.kaglyak.95@mail.ru.

Supervisor: **Mironova Julia V.** - Cand.Econ.Sci, docent Department of Management and Information Systems Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.

ПОКРАЩЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ШЛЯХОМ ОРГАНІЗАЦІЇ КОМП'ЮТЕРНОЇ ІНФОРМАЦІЙНОЇ БАЗИ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

У роботі розглянуто основні напрямки використання інформаційних систем для організації комп'ютерної інформаційної бази підприємства. Проаналізовано важливість впливу комп'ютерної інформаційної бази на ефективність діяльності підприємства.

Ключові слова: інформаційні технології, інформаційні системи, комп'ютерна інформаційна база, корпоративна інформаційна система, ефективність підприємства.

Abstract

In the article the basic directions of the use of the information systems are considered for organization of computer of information base of enterprise. Importance of influence of computer of information base is analysed on efficiency of activity of enterprise.

Keywords: information technologies, information systems, computer information base, corporate information system, efficiency of enterprise.

Вступ. Організація комп'ютерної інформаційної бази підприємства сьогодні має проблеми розвитку, удосконалення і широкого впровадження в повсякденну практику комп'ютерних технологій, використання яких дозволяє значно збільшити ефективність інформаційних процесів – збирання, пошуку, систематизації, аналізу, зберігання, узагальнення, опрацювання, подання і передавання різноманітних відомостей і даних на підприємствах.

Метою роботи є розкриття суті комп'ютерної інформаційної бази як важливого фактору забезпечення ефективної діяльності вітчизняного підприємства.

Виклад основного матеріалу. На підприємствах інформація є важливим виробничим ресурсом, без якого неможлива управлінська діяльність. Тому значення набувають методи обробки та використання інформації, а також технічні засоби, завдяки яким стало можливим перетворення даних у інформаційний ресурс.

Важливим представляється те, що будь-яка інформаційна система характеризується наявністю технології перетворення вихідних даних у результативну інформацію. Такі технології прийнято називати інформаційними [1].

Інформаційна система трактується як система, що реалізує інформаційну технологію виконання встановлених функцій за допомогою персоналу і комплексу засобів автоматизації. База даних представляється набором даних, ефективно організованих так, щоб з ними було легко працювати. Вони будуються на системах управління базами даних: FoxPro, MS Access, Oracle та інших [2].

Комп'ютерна інформаційна база підприємства (КІБП) – це сукупність інформації, економіко-математичних методів і моделей, технічних, програмних, технологічних засобів і рішень, а також спеціалістів, які здійснюють обробку інформації та приймають управлінські рішення в межах підприємства [3].

Можна виокремити п'ять головних типів інформаційних систем, які слугують для задоволення потреб різних організаційних рівнів і функціональних сфер менеджменту:

- 1) ділово-процесійні;
- 2) офісні автоматизовані;
- 3) управлінські інформаційні системи;
- 4) системи підтримки прийняття рішення;
- 5) системи підтримки виконання рішень [4].

Сьогодні відомі такі проблеми впровадження інформаційних систем у практиці вітчизняних підприємств:

1. Безперервне збільшення обсягу технологічних пропозицій, що потребують великих інвестицій, і, відповідно, – посилення залежності від зовнішніх послуг (наприклад постачальників програмного забезпечення).

2. Зміна ролі інформаційних технологій у господарській діяльності багатьох підприємств; під час виконання внутрішньофірмових процесів функція ІТ перестала бути допоміжною, а перетворилась у важливу складову продукту чи виробничих потужностей.

3. Зростання витрат у сфері інформаційних технологій.

Таким чином, впровадження інформаційних технологій створює підґрунтя для розвитку нової культури праці і одночасно призводить до стратегічної переорієнтації підприємства ... [5].

Для правильного розуміння основних задач КІБП, авторами було визначено місце КІБП у загальній інформаційній системі підприємства (рис. 1).

Вважаємо, що КІБП має однорівневий та постійний зв'язок з такими складовими інформаційної системи як функціональні компоненти та організаційні компоненти.

Основні компоненти інформаційної системи: функціональні компоненти; інформаційне забезпечення; технічне та програмне забезпечення; математичне забезпечення; правове забезпечення; лінгвістичне забезпечення.



Рисунок 1 – Комп'ютерна інформаційна база в загальній інформаційній системі підприємства
Джерело: авторська розробка

Задовільні результати господарської діяльності вітчизняних підприємств по переробці олієжирової сировини свідчать про те, що суб'єкти підприємницької діяльності відстають від аналогів більш ніж коли-небудь [6].

Поставлена задача передбачає глибокого обґрунтування доцільності капіталовкладень у систему КІБП. Першочерговим завданням є встановлення математичної залежності прибутковості підприємства від ефективності КІБП.

Перевірка достовірності робочої гіпотези була проведена попередню апроксимацію даних. Для цього було використано статистичні дані за останні десять періодів господарювання Публічного акціонерного товариства «Вінницький олійножировий комбінат», як характерного для обраної галузі дослідження.

З метою встановлення форми математичної залежності було проведено графічний аналіз масиву даних (рис. 2). Було прийнято такі позначення змінних моделі: y – прибутковість підприємства; x_1 – ефективність організації КІБП; x_2 – ефективність функціональних компонентів інформаційної системи підприємства; x_3 – ефективність організаційного компонента інформаційної системи підприємства.

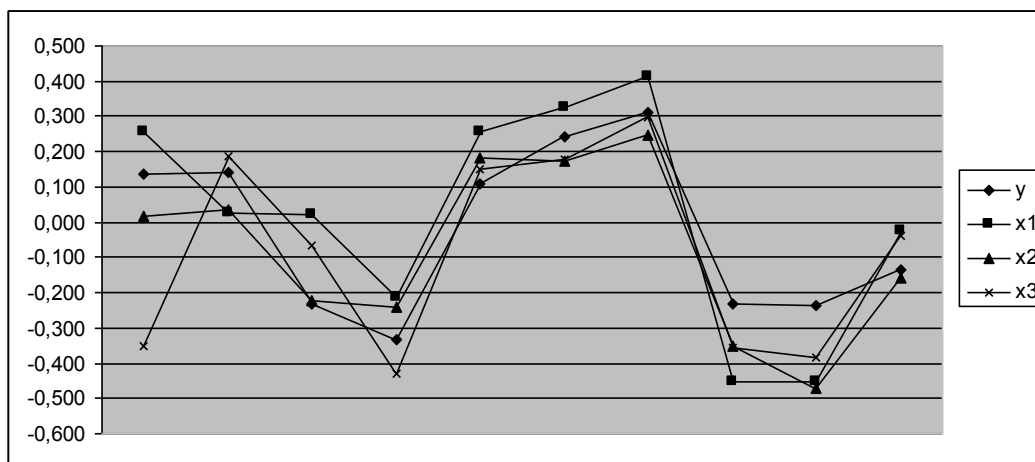


Рисунок 2 – Динаміка прибутковості та ефективності КІС ПАТ «Вінницький олійножировий комбінат»

Джерело: результати авторських досліджень

Таким чином, апроксимація наведених даних свідчить про можливий тісний зв'язок між обраними факторами. Побудована на основі цих даних регресійна модель дозволяє стверджувати про значну лінійну залежність між прибутковістю підприємства та факторами ефективності КІБП:

$$y = -0,021 + 0,385x_1 + 0,037x_2 + 0,282x_3 \quad (1)$$

Зазначаємо, що усі статистичні розрахунки здійснювалися за допомогою інструменту Microsoft Excel (Сервіс→Анализ данных→Регрессия).

Отримана модель (1) дозволяє зробити висновок, що визначальним фактором прибутковості сучасних підприємств виступає оперативна реалізація заходів з розробки, реалізації та підтримки ефективної КІБП.

Останнім часом в Україні на підприємствах різного масштабу широко почали впроваджуватись корпоративні інформаційні системи. Як зазначається, корпоративні інформаційна система дозволяє якісно та швидко реалізовувати завдання розробки, реалізації та підтримки ефективної КІБП.

Перевагою локальних систем є порівняно невисока ціна і відносна простота впровадження. Прикладом таких систем можуть бути "Інфобухгалтер", "1С:Бухгалтерія" чи "Турбобухгалтер". Вони найефективніші на малих і середніх підприємствах, які не займаються виробництвом продукції.

Середні інтегровані системи призначені для управління виробничим підприємством і інтегрованим плануванням виробничого процесу. Прикладом середніх інтегрованих систем можуть бути системи "Галактика", "Інфософт", "ABACUS Financial", "ПАРУС", "AVACO SOFT", "1С: Підприємство", "Регістри".

Великі інтегровані системи функціонально найрозвинутіші, найскладніші і найдорожчі. В них реалізуються зазвичай західні стандарти управління рівня MRPII та ERP. Цей вид систем на вітчизняному ринку представлений продуктами фірм SAP, ORACLE, BAAN, PeopleSoft.

Висновок. Підсумовуючи представлений матеріал дослідження, можна зробити висновок про те, що організація комп'ютерної інформаційної бази є важливим фактором забезпечення ефективної діяльності вітчизняного підприємства.

У роботі визначено сутність категоріального апарату, що стосується комп'ютерної інформаційної бази, а також висвітлено основні дискусійні положення даного питання.

Виявлено та представлено місце КІБП у загальній інформаційній системі підприємства, що дає змогу правильно визначати основні задачі КІБП. В рамках цього охарактеризовано усі складові елементи інформаційної системи підприємства. Побудована регресійна модель залежності прибутковості підприємства від ефективності організації КІБП, ефективності функціональних та організаційних компонентів інформаційної системи підприємств підтвердила гіпотезу авторів про визначальність фактора ефективної організації КІБП.

Отримані результати стануть основою у подальших дослідженнях щодо покращення діяльності вітчизняного підприємства на основі ефективної комп'ютерної інформаційної бази.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Міронова Ю. В. Особливості процесу оптимального управління ефективністю праці на підприємствах / Міронова Ю. В., Петров С. О., Франчук А. Ю., Лисак Н. В. Вісник Хмельницького національного університету. – Хмельницький, 2015. – №3. – С. 67–71.
2. Ромашко С. М. Інформаційні системи в менеджменті / С. М. Ромашко. – Львів: ЛІМ. – 2007. – С. 49.
3. Байкарова О. О. Інформаційні технології – засіб оптимізації діяльності підприємств / О. О. Байкарова, Л. М. Тарасюк // Комп'ютерно-інтегровані технології: освіта, наука, виробництво. – 2013. – №11. – С. 177 – 182.
4. Ілляшенко О. В. Системний контроль господарських операцій із використанням інформаційних технологій / О. В. Ілляшенко // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. – 2013. – Вип. 1(2). – С. 33 – 40.
5. Терещенко Л. О. Інформаційні системи і технології обліку : навч. Посібник / Л. О. Терещенко, І.І. Матієнко-Зубенко. – К. : КНЕУ, 2003. – С. 158.
6. Пітик О. В. Статистична оцінка сучасного стану виробництва та реалізації соняшнику в регіоні / О. В. Пітик, Ю. В. Міронова, О. А. Ковальчук // Формування ринкових відносин в Україні : Збірник наукових праць. – К., 2014. – №7 (158). – С. 114–118.
7. Азарова А. О. Покращення маркетингової політики на підприємстві на основі новітніх програмних засобів / А. О. Азарова, О. С. Головкин, Н. С. Коверник // Інноваційна економіка. – 2013. – С. 206-210.

Надія Павлівна Перегончук – студентка групи МОі-12, факультет менеджменту, Вінницький національний технічний університет, Вінниця.

Науковий керівник: **Наталія Володимирівна Лисак** – канд. техн. наук, доцент кафедри менеджменту та безпеки інформаційних систем Вінницького національного технічного університету, м. Вінниця.

Nadia Pavlivna Peregonchuk – student group MOI-12, Department of Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.

Supervisor: **Natalia Volodymyrivna Lysak** – Cand. Sc. (Eng), Department of Management and Information Systems Security Vinnytsia National Technical University. Vinnitsa.

ІННОВАЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА

Вінницький національний технічний університет

Анотація

У роботі досліджено поняття інноваційної діяльності підприємства, розглянуто її сутність та складові, а також запропоновано рекомендації щодо оцінювання інноваційної привабливості підприємства.

Ключові слова: інноваційна діяльність, інновації, інноваційна привабливість підприємства.

Abstract

The work deals with the problem of the innovative process of organization. There had been characterized the innovative process and the main ways of its estimation.

Keywords: innovative activity, innovations, innovative enterprise appeal.

Економічний розвиток національного господарства та його складових у сучасних умовах усе більше залежить від технологічних зрушень на базі інновацій. Уміння формувати й ефективно використовувати інноваційний потенціал стає вирішальним фактором забезпечення конкурентоспроможності та розвитку вітчизняних підприємств. Інновації втілюються як в матеріальному вигляді (нові або поліпшені вироби, технології, обладнання, матеріали, джерела енергії тощо), так і в нематеріальному вигляді як поліпшення організації праці і управління, підвищення кваліфікації кадрів.

Для задоволення потреб споживачів за такими категоріями, як ціна і якість керівництву підприємства необхідно приваблювати вільні грошові засоби потенційних інвесторів. Дослідження інноваційної привабливості підприємства дає відповідь на питання потенційного інвестора, наскільки вигідно вкладати вільні грошові засоби в дане підприємство.

Основним завданням наукового дослідження, викладеного у статті, є розроблення комплексної цільової програми покращення інноваційної привабливості підприємства.

Отже, метою дослідження є обґрунтування шляхів покращення інноваційної діяльності вітчизняних підприємств на основі розроблення та застосування відповідної комплексної цільової програми.

Об'єктом дослідження є процес управління на підприємствах.

Предметом дослідження слугують методи та засоби покращення інноваційної діяльності на підприємстві.

У науковій літературі значну увагу приділено дослідженням інноваційної привабливості підприємства, зокрема, визначаємо підходи до оцінювання ефективності інновацій та методичне забезпечення інноваційної діяльності. Вивченням та дослідженням питань з даної проблематики займаються такі відомі українські та зарубіжні вчені, як В. Александрова, А. Гальчинський, Б. Гринев, О. Лапко, О. Мазур, Т. Морозов, В. Семиноженко, В. Соловйов, А. Тибін, В. Туташинський, Д. Браун, Ч. Кобурн, Нода Макито та ін.

Разом з тим, не існує універсального і чіткого підходу, що уможливило б обґрунтування ефективних засобів удосконалення інноваційної діяльності на підприємстві та раціонального розподілу обмежених фінансових ресурсів, спрямованих на їх реалізацію.

Термін інноваційної привабливості доцільно використовувати щодо суб'єкта, який приймає управлінське рішення для вибору об'єкта впровадження інновації. Під інноваційною привабливістю розуміють спроможність підприємства залучати внутрішні і зовнішні інноваційні проекти та мінімізувати ризик щодо досягнення мети учасників проектів, яка зумовлюється рівнем інноваційного потенціалу підприємства. У цьому зв'язку важливою ознакою привабливості підприємства є не тільки оцінювання результатів його господарювання та кількість і якість ресурсів, які йому належать, а й рівень його підприємницької діяльності у відповідному ринковому середовищі з певною ємністю секторів ринку; взаємозв'язками з партнерами, органами влади, сукупністю поширених на його діяльність податкових пільг тощо. Одним із головних чинників сприйнятливості до нововведень є інноваційний потенціал підприємства. Термін "потенціал" означає здатність і

готовність менеджменту будь-якої організації здійснювати реалізацію інноваційного проекту або програми [1,2].

Категорію “інноваційна привабливість підприємства” можна трактувати з різних позицій. Якщо розглядати з боку інвестора, то зрозуміло, що для нього головним визначальним критерієм є прибутковість вкладеного капіталу й ризикованість процесів. Тобто в цьому випадку привабливість підприємства можна представити як таку характеристику, що враховує суперечливі цілі інвестора, а саме максимальний прибуток при мінімальному ризику на певному об'єкті. Із позицій формалізації інноваційна привабливість – це система показників, що характеризує ефективність використання інноваційного потенціалу підприємства в умовах розроблення або впровадження інноваційного проекту або програми [3,4,5].

На думку авторів статті, оцінювання інноваційної привабливості підприємства варто проводити з позицій системного підходу, який ґрунтується на поєднанні різнонаправлених інтересів учасників інноваційного процесу. Під час аналізу підприємства треба враховувати також чинники зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства, зокрема: фінансово-економічний стан, прогресивність технології управління, кадровий потенціал підприємства та ефективність його використання, якісні та кількісні характеристики техніки і технологій, що використовуються та ін. Крім того, диференціювати галузеву належність об'єкта інновації, тобто такі фактори, як енергоємність галузі, стадія життєвого циклу підприємства та перспективність розвитку ринку, рівень попиту на продукцію галузі, наявність та доступ до кваліфікованих кадрів, інтенсивність конкуренції та ін. [6,7].

Врахування потужної множини кількісних та якісних чинників впливу на рівень інноваційної привабливості підприємства потребує застосування специфічного математичного апарату, спроможного обробити великі масиви даних, що містять мінімальні експертні знання, які є дуже дорогими, котрий уможливує прозорий, чіткий та автоматизований процес оцінювання інноваційної привабливості підприємства.

Висновки. За результатами проведеного дослідження стає зрозумілим, що для досягнення головної цілі «Покращення інноваційної привабливості підприємства» в першу чергу потрібно вивчити стандарти та нормативну базу, забезпечити інтегрованість підприємства в інфраструктуру регіону, забезпечити наявність ресурсозберігаючих технологій, набирати персонал за схемою створення робочих місць для ключових працівників, забезпечити актуальність продукції.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Іванілов О.С. Інноваційний потенціал підприємства / О.С. Іванілов, О.М. Таряник // Економіка, фінанси, право. – 2004. – № 12. – С. 5–7.
2. Новікова І.В. Інноваційний потенціал підприємства: оцінка та фінансово-інвестиційне забезпечення розвитку (за матеріалами підприємств алмазно-інструментального виробництва України): автореф. дис. к. е. н.: 08.06.01 / І.В. Новікова; КНЕУ. – К., 2007. – 17 с.
3. Чоботар. С.В. Інноваційний потенціал підприємства [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.confcontact.com/Okt/18_Chebot.htm;
4. Іванова К. В. Технологія оцінки гармонійності складових інноваційного потенціалу підприємств [Текст] / К.В. Іванова, Я.А. Громова // Вісник Хмельницького нац. ун. – 2009. – № 6. – Т. 3. – С. 233–237.
5. Гарматій Н.М. Сутність інноваційного капіталу та необхідність його застосування в галузі телекомунікацій / Н.М. Гарматій // Галицький економічний вісник. – 2009. – № 2. – С. 42–46.
6. Кравченко М.О. Кадрова складова інноваційного потенціалу / М.О. Кравченко // Маркетинг в Україні. – 2001. – № 1. – С. 36–38.
7. Азарова А. О., Мороз О. О. Сторожа А. В. Комплексна цільова програма удосконалення інноваційного процесу з використанням сучасних автоматизованих засобів / А. О. Азарова, О. О. Мороз, А. В. Сторожа // Вісник Сумського державного університету. – № 4. – 2013. – С. 102–109.

Жалін Юлія Олександрівна – студентка групи МОі-12, факультету менеджменту, Вінницького національного технічного університету, Вінниця, e-mail: ZVYLUKZ@LIST.RU

Науковий керівник: **Азарова Анжеліка Олексіївна** – к. т. н., професор кафедри менеджменту та безпеки інформаційних систем, Вінницький національний технічний університет, Вінниця.

Zhalin Yulia O. - Department of Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: ZVYLUKZ@LIST.RU

Supervisor: **Azarova Angelika O.** - Cand.Econ.Sci, professor Department of Management and Information Systems Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.

РОЗРОБЛЕННЯ МАТЕМАТИЧНОГО МЕТОДУ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ

¹ Вінницький національний технічний університет

Анотація

Запропоновано структурну модель та математичний метод управління конкурентоспроможністю вітчизняних підприємств на основі мережі Хопфілда, що дозволило оцінити її рівень та обґрунтувати подальші шляхи його підвищення.

Ключові слова: структурна модель, рівень конкурентоспроможності, формалізація, нейронна мережа Хопфілда.

Abstract

The structural model and mathematical method of controlling of enterprise competitiveness with using artificial Hopfield neural network is developed. It's allow to evaluate the enterprise competitiveness level and to propose further ways of improving it.

Key words: structural model, competitiveness level, formalization, Hopfield neural network.

Вступ

Успішне функціонування вітчизняних промислових підприємств за умов фінансової, виробничої та політичної кризових ситуацій стає дедалі складнішим через перешкоди на шляху до покращення їх конкурентоспроможності. Для того, щоб вирішити дану проблему потрібно чітко формалізувати процес оцінювання рівня конкурентоспроможності на вітчизняних суб'єктах господарювання. Це уможливить розроблення стратегії конкурентоспроможності підприємства та її подальше забезпечення.

Метою роботи є розроблення шляхів покращення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств на основі оцінювання її рівня із застосуванням запропонованого математичного методу на базі мережі Хопфілда.

Результати дослідження

Існуючі підходи до визначення рівня конкурентоспроможності крім того, що оцінюють її лише на рівні товару або підприємства чи держави, не є чітко формалізованими та алгоритмізованими, базуються на вузько обмежених множинах оцінювальних параметрів тільки кількісного характеру, не дозволяють враховувати динамічний вплив внутрішнього та зовнішнього середовищ функціонування господарських суб'єктів, складно практично реалізуються, характеризуються інформаційною обмеженістю, не дозволяють системне оцінювання конкурентоспроможності підприємства. Усі ці чинники унеможливають їх конструктивне використання та автоматизацію такого процесу [1, 2].

За умов постійного розвитку і зміни економічного спектру та удосконалення системи автоматизації прийняття управлінських рішень, зокрема оцінювання конкурентоспроможності підприємств, використання математичних апаратів штучного інтелекту, а саме таких, як нечіткі множини, генетичні алгоритми для вирішення економічних задач може бути доволі ефективним. Проте, кожен із вищезгаданих апаратів мають свої недоліки: нечітким множинам необхідна складна процедура визначення та обґрунтування вигляду і форми функцій належності, порогові елементи потребують на якісне оброблення потужних масивів експертної інформації та базуються на взаємозамінюваних за вагою ієрархічних складних функціях, генетичні алгоритми вимагають складного настроювання тощо.

Слід зауважити, що аналіз стану автоматизації підприємницької діяльності в останнє десятиліття виявив бурхливий розвиток нейромережових технологій та їх конструктивне застосування для вирішення саме управлінських проблем. Сьогодні для розв'язку класифікаційних економічних задач про-

відні дослідники, серед яких слід виділити Н. Є. Бойцуна [3], В. В. Вітлінського [4], О. О. Недоскїна [5], О. П. Ротштейна [6] та багатьох ін., використовують апарати штучного інтелекту, зокрема, нечіткої логіки та нейронних мереж.

Такі міркування дозволили авторам статті обґрунтувати власний вибір математичного апарату для формалізації математичної моделі оцінювання рівня конкурентоспроможності на основі штучних нейронних мереж. Саме такий підхід дозволяє успішно розв'язувати задачу класифікації (в нашому випадку йдеться про ідентифікацію відповідного рівня конкурентоспроможності підприємства) та відтворення образів за неповною чи спотвореною (в нашому випадку реально взятою з економічної діяльності підприємств) інформацією. Саме можливість обмеженого використання дорогих експертних знань, які необхідні для виявлення значень рівнів конкурентоспроможності лише за типовими комбінаціями значень оцінювальних параметрів (у нашому випадку агрегуючих функцій), запропонованої нижче авторами математичної моделі, та отримання, при цьому, точного остаточного рішення і зумовили вибір штучної нейронної мережі Хопфілда для ідентифікації такого процесу.

Перевагами такого підходу серед інших математичних апаратів є легкість побудови програмних засобів, що зробило цю мережу привабливою для практичних застосувань, зокрема у фінансовому та операційному менеджменті.

Для формування методу оцінювання рівня конкурентоспроможності на основі нейронної мережі Хопфілда [7] необхідно було розробити відповідну структурну модель такого процесу, яку наведено на рис. 1.



Рис. 1 – Структурна модель оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємства

Отже, на першому рівні слід визначити функції f_i , $i = \overline{1, n}$, ($n=7$), що описують: f_1 – ефективність організації збуту та просування товарів; f_2 – ефективність виробничої діяльності підприємства; f_3 – кадри підприємства; f_4 – конкурентоспроможність товару; f_5 – фінансовий стан підприємства; f_6 – організаційну культуру підприємства; f_7 – зовнішнє середовище функціонування досліджуваного суб'єкта господарювання.

На основі експертних знань було запропоновано оцінювати вхідні функції f_i трьома діапазонами значень: Н – низький, С – середній та В – високий характеристичний рівень функції (табл. 1) і розроблено агрегуючу матрицю знань для визначення остаточного рішення y_j , $j = \overline{1, 3}$ (де y_1 – низький рівень конкурентоспроможності; y_2 – середній рівень конкурентоспроможності; y_3 – високий рівень конкурентоспроможності) із множини вихідних рішень Y .

Таблиця 1 – Матриця знань для визначення рівнів конкурентоспроможності

Номер рядку в множині значень для функції f_i	Лінгвістичні значення функцій $f_i, i = \overline{1,7}, j \in M$							Рівень КП
R	f_1	f_2	f_3	f_4	f_5	f_6	f_7	y_i
1	H	H	H	B	H	H	H	$y_1 = H$
2	H	H	H	B	H	H	H	
3	H	H	H	B	H	C	H	
4	H	H	H	B	H	H	C	
5	H	H	H	B	H	H	C	
6	H	H	H	B	H	H	C	
1	C	C	C	C	C	C	C	$y_2 = C$
2	C	C	B	C	C	C	C	
3	C	C	C	B	C	B	C	
4	C	C	C	C	C	C	B	
5	C	C	C	B	C	C	C	
6	C	C	C	C	C	B	C	
1	B	B	B	H	B	B	B	$y_3 = B$
2	B	B	C	H	B	B	B	
3	B	B	B	H	B	B	B	
4	B	B	B	H	B	B	B	
5	B	B	C	H	B	B	B	
6	B	B	B	H	B	B	C	

На другому рівні оцінювання здійснюється відображення значень вхідних функцій f_i на множину вихідних рішень y_j із використанням матриці знань на основі нейронної мережі Хопфілда. Така мережа дозволяє співставити образ отриманого для досліджуваного підприємства вхідного вектора $K = (k_l), l = \overline{1,L}, L = 21$, що описує коди значень функцій $f_i, i = \overline{1,7}$ із найближчим еталонним вектором $U = (u_l)$.

Кожен еталонний вектор U однозначно характеризує конкретний рівень оцінювання конкурентоспроможності – $y_j, j = \overline{1,3}$, що є виходом моделі.

Слід зауважити, що в цій мережі функціонують нейрони з пороговою функцією активації, які набувають значень «1» та «-1» [7]. Тому пропонуємо здійснити кодування рівнів функцій f_i тризначним кодом, що складається з 1 або -1, а саме: низький рівень функції $f_i \rightarrow (-1, -1, -1)$; середній рівень функції $f_i \rightarrow (-1, 1, -1)$; високий рівень функції $f_i \rightarrow (1, 1, 1)$.

Після кодування мережа Хопфілда співставляє вхідний вектор $K = (k_l), l = \overline{1,L}, L = 21$, що описує рівень конкурентоспроможності підприємства, з трьома еталонними зразками u_l , описаними в табл. 2. Наведені еталони складено на базі даних, що надано експертами і подано у табл. 2.

Таблиця 2 – Еталонні зразки u_l для оцінювання рівнів $y_j, j = \overline{1,3}$

f_1	f_2	f_3	f_4	f_5	f_6	f_7	u_l
-1-1-1	-1-1-1	-1-1-1	-1-1-1	-1-1-1	-1-1-1	-1-1-1	u_1
-1-1-1	-111	-1-1-1	111	-111	111	111	u_2
111	111	111	111	111	111	111	u_3

Таким чином, у табл. 2 кожен із трьох рівнів оцінювання конкурентоспроможності y_j , описаний відповідним закодованим набором значень $u_l, l = \overline{1,L}, L = 21$ функцій f_i , які були обрані як найбільш інформативні з матриці знань. Таким чином, мережа ідентифікує той еталон, що є найбільш типовим, а кожний еталон, у свою чергу, відповідає певному рівню конкурентоспроможності $y_j, j = \overline{1,3}$.

Даний метод було реалізовано на підприємствах різних галузей.

Результат роботи мережі Хопфілда, що використовується на другому рівні структурної моделі (див. рис. 1), на прикладі одного із цих підприємств (закодований вектор його вхідних функцій має вигляд [-1 -1 -1 1 -1 -1 -1 1 -1 -1 -1 1 -1 -1 -1 -1 -1 1]) можна продемонструвати за допомогою математичного пакету MathLab 7.0, фрагмент лістингу програми якого наведено нижче.


```

T=[-1 -1 -1 -1 -1 -1 -1 -1 -1 -1 -1 -1 -1 -1 -1 -1 -1 -1 -1 -1
-1 -1 -1 -1 1 1 -1 -1 -1 1 1 1 -1 1 1 1 1 1 1 1 1
1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1];
net=newHop (T);
X=[[-1 -1 -1 1 -1 -1 -1 1 -1 -1 -1 1 -1 -1 -1 -1 -1 1 1]];
[a,b,c]=(net, {1 100}, {},X);
a{100}
ans = -1 -1 -1 -1 -1 -1 -1 -1 -1 -1 -1 -1 -1 -1 -1 -1 -1 -1 -1

```

Таким чином, програма видає на виході еталон u_1 , який відповідає низькому рівню конкурентоспроможності. Подальшими діями на підприємстві є розроблення низки заходів, які дозволять підвищити її рівень шляхом побудови відповідної комплексної цільової програми.

Висновки

В основу запропонованого методу покладено оцінювання конкурентоспроможності підприємства за такими основними функціями, як: ефективність організації збуту та просування товарів, ефективність виробничої діяльності підприємства, кадрова, конкурентоспроможність товару, фінансовий стан підприємства, організаційна культура підприємства та зовнішнє середовище функціонування суб'єкта господарювання. Такі функції охоплюють всі найбільш важливі, на наш погляд, оцінки господарської діяльності підприємства, виключаючи дублювання окремих показників, дозволяючи швидко та ефективно оцінити перспективи підприємства на галузевому ринку.

Крім того, суттєвими перевагами запропонованого авторами методу є його автоматизованість, чіткість, прозорість та зручність.

Отже, аналізуючи вищевикладене, можна зробити такі висновки:

1. Підтверджено гіпотезу авторів про доцільність застосування нейронної мережі Хопфілда для оцінювання рівня конкурентоспроможності.
2. Запропоновано метод визначення рівня конкурентоспроможності відповідний на основі структурного та нейромережевого підходів.
3. Складено структурну модель оцінювання рівня конкурентоспроможності на основі теорії систем, що дозволяє детально описати з метою подальшої автоматизації такий процес шляхом застосування декомпозиційного та стратифікаційного підходів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Мошнов В. А. Комплексная оценка конкурентоспособности предприятия / В. А. Мошнов // Электронный ресурс: http://www.cfin.ru/management/strategy/estimate_competitiveness.shtml
2. Небава М. І. Теорія корпоративного управління / М.І. Небава. К. : ЦУЛ, 2004.
3. Бойцун Н. Є. Прогнозування економічних і фінансових процесів на основі нейро-нечітких технологій / Н. Є. Бойцун, О. М. Кисельова, О. М. Притоманова // Фінанси України. – 2005. – №5. – С. 79–93.
4. Вітлінський В. В. Штучний інтелект у системі прийняття рішень / В. В. Вітлінський // Нейро-нечіткі технології моделювання в економіці. – 2012. – №1. – С.45-67.
5. Недосекин А. О. Применение теории нечетких множеств к задачам управления финансами / А. О. Недосекин // Электронный ресурс: <http://www.cfin.ru/press/afa/2000-2/08-1.shtml>
6. Ротштейн А.П., Штовба С.Д. Идентификация нелинейной зависимости нечеткой базой знаний с нечеткой обучающей выборкой // Кибернетика и системный анализ. – 2006. – №2. – С. 17–24.
7. Круглов В. В. Нейронные сети. Теория и практика / В. В. Круглов, В. В. Борисов. — М. : Горячая линия — Телеком, 2002. — 382 с.

Анжеліка Олексіївна Азарова — канд. техн. наук, професор кафедри менеджменту та безпеки інформаційних систем, Вінницький національний технічний університет

Azarova A. Anzhelika — Ph.D., Professor, Deputy dean of the Faculty of Management by science researches and international cooperation Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.

ОЦІНЮВАННЯ РІВНЯ ЗАХИСТУ ІНФОРМАЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВІ ЗАСОБАМИ МАТЕМАТИЧНОГО МОДЕЛЮВАННЯ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

У роботі розглянуто вплив значень показників окремих параметрів на загальний стан захищеності інформації. У результаті дослідження розроблено математичну модель оцінювання рівня захисту інформації на підприємстві засобами математичного апарату нечіткої логіки.

Ключові слова: захист інформації, математична модель, нечітка логіка.

Abstract

The paper considers the influence of the values of certain parameters on the data security state in general. As a result of the research, mathematical model of the enterprise data protection level evaluation has been developed using mathematical apparatus of fuzzy logic.

Keywords: data protection, mathematical model, fuzzy logic.

Вступ. Захист інформаційних ресурсів є одним із пріоритетних завдань безпеки підприємств України, оскільки перехід до інформаційного суспільства змінив статус інформації. Наразі вона може бути як засобом забезпечення безпеки, так і загрозою та небезпекою. За умов постіндустріального етапу інформація перетворилась на стратегічний ресурс економічного і науково-технологічного прогресу. Відтак, захист інформації на підприємствах потребує достатнього теоретико-методологічного підґрунтя [1]. Дослідження можливості застосування математичних методів для оцінювання захисту інформації на підприємстві є досить актуальним питанням за сучасних умов розвитку економіки.

Використання різних методик з метою оцінювання захисту інформації на підприємствах розглядали багато вчених, а саме: В. В. Бут, В. В. Микитенко, О. В. Гребенюк, М. О. Живко, О. А. Сороківська, В. С. Цимбалюк, А. М. Чорна. Проте нерозв'язаним питанням у сфері захисту інформації залишається обґрунтування необхідності використання математичних моделей та методів дослідження. Сучасні методи не завжди є доступними та зручними у використанні, потребують значних матеріальних витрат.

Виклад основного матеріалу. В економіці України після тривалих реформаційних, кризових та посткризових періодів спостерігаємо модифікацію умов функціонування підприємств. Результатом цього є нагальна необхідність забезпечення інформаційної безпеки, що відображатиме захищеність інформаційного середовища та ефективність інформаційного забезпечення процесу управління на підприємстві. Відтак, захист інформації є складником загальної соціально-економічної безпеки підприємства.

Для висвітлення дискусійності ключових моментів коротко надамо трактування основних категорій.

Захист інформації (англ. data protection) – сукупність методів і засобів, які забезпечують цілісність, доступність і конфіденційність інформації за умов впливу на неї загроз природного або штучного характеру, реалізація яких може зашкодити власникам і користувачам інформації [2; 3].

Захищають інформацію для підтримки таких її властивостей:

- цілісність (англ. integrity) – захист інформації від несанкціонованої модифікації чи видалення її частини;

- доступність (англ. availability) – захист (забезпечення) доступу до інформації, а також можливості її санкціонованого використання з будь-якого місця і в довільний час;
- конфіденційність (англ. confidentiality, privacy) – захист інформації від несанкціонованого ознайомлення з нею [4]. Це досить складний процес, адже він вимагає врахування всіх вагомих чинників і встановлення правильних функціональних залежностей. Проте важливо профільтрувати множину чинників, щоб уникнути серед них колінеарних, обернених один до одного, взаємозалежних, взаємодоповнювальних і таких, які дублюють один одного.

Для оцінки інформаційної безпеки часто використовують методи рентабельності витрат на здійснення заходів щодо захисту інформації, методи оцінки шкоди від загрози хакерських атак. Значного поширення отримав метод нечітких множин. При цьому експертним шляхом оцінюють ймовірність подолання системи захисту інформації, ймовірність доставки одиниці інформації до споживача, час доставки й апаратну складність. Інколи використовують показники частки працівників інформаційних відділів у загальній кількості працівників, частки витрат на забезпечення інформаційної безпеки в загальній величині витрат.

Крім того, деякі науковці аналізують такі показники:

- продуктивність інформації;
- коефіцієнт інформаційної озброєності;
- коефіцієнт захищеності інформації [5; 6].

Перелік параметрів оцінювання рівня захисту інформації та ступінь їх конкретизації визначають такою методичною умовою: кількість оцінюваних параметрів повинна бути достатньо обмеженою з метою забезпечення оперативності управлінських рішень, які приймають. Формування та групування параметрів спирається на аналіз широкого комплексу проблем економічного і соціального характеру, тому множина вхідних чинників повинна задовольняти умови повноти, дієвості та мінімальності. За критерієм повноти необхідно визначити таку кількість параметрів, яка охоплювала б усі аспекти діяльності підприємства, але виключення хоча б одного з них не змінювало результат. На основі сформованої множини за критерієм повноти необхідно виділити групу з максимальним ступенем результативності за критерієм дієвості. За критерієм мінімальності потрібно зменшити кількість параметрів, виключивши ті, які є оберненими, взаємозалежними, взаємодоповнювальними та дублюють один одного.

На основі аналізу закордонних та вітчизняних праць [2 – 7] визначено ключові чинники, які визначають рівень захисту інформації на підприємстві. Можна встановити функціональну залежність між рівнем захисту інформації та факторами впливу на нього у вигляді структурно-логічної схеми. Отже, було розроблено структурно-логічну схему захисту інформації на підприємстві (рис. 1).

Пропонуємо множину вхідних параметрів l_c ($c = \overline{1, C}$); сукупність показників, що розраховують на основі оцінювальних параметрів x_i ($i = \overline{1, n}$); функцію перетворення вхідних параметрів на оцінювальні показники $F_1: L \rightarrow X$; множину функцій, на основі яких здійснюють ідентифікацію рівня ефективності політики інформаційної безпеки $F_2 = F(f_1, \dots, f_i)$; множину вихідних параметрів $E = (e_j), j = \overline{1, J}$.

Отже, математична модель такого процесу набула вигляду:

$$L \xrightarrow{F_1} X \xrightarrow{F_2} E, \text{ де } L = (l_c), c = \overline{1, C}, X = (x_i), i = \overline{1, 4}, E = (e_j), j = \overline{1, J}$$

$$F_1 = f(x_{11}, x_{12}); F_2 = f(x_{21}, x_{22}); F_3 = f(x_{31}, \dots, x_{36}); F_4 = f(x_{41}, \dots, x_{43}). \quad (1)$$

На основі множини X параметрів x_i сформована сукупність функцій перетворення:

F_1 – функція ефективності роботи технічного забезпечення; F_2 – функція ефективності кадрового складника; F_3 – функція ефективності керування інформаційними потоками, F_4 – функція ефективності програмного забезпечення.

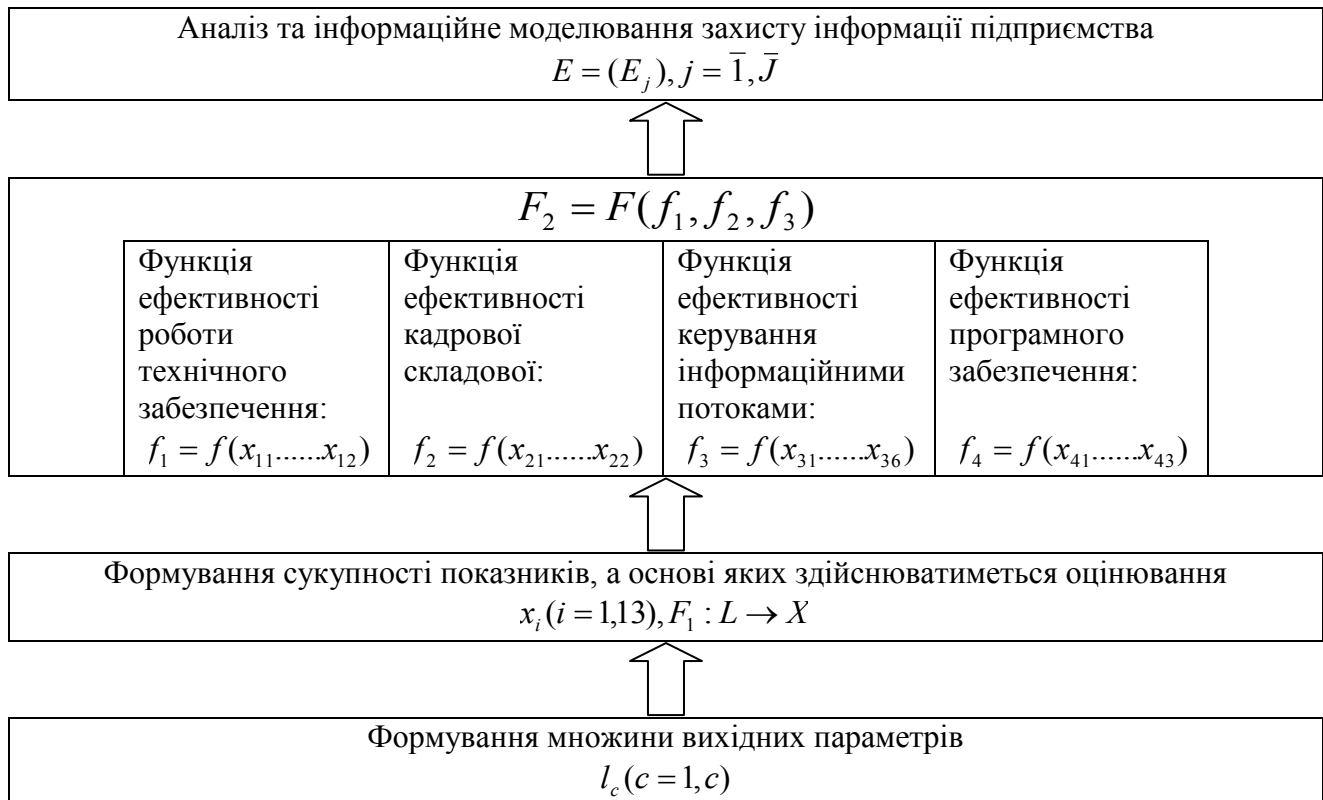


Рисунок 1 – Структура схеми оцінювання рівня захисту інформації на підприємстві

Використання окремих показників (рентабельності, захищеності інформації), а також методів експертних оцінок не дозволяє ефективно ідентифікувати рівень захисту інформації на підприємстві. Для ефективного оцінювання захисту інформації підприємств необхідно використовувати сучасні математичні апарати, які дозволять поєднати не тільки різні за змістом показники і моделі, але й різні за своєю природою – кількісні та якісні параметри. Саме таким інструментом виступає апарат нечітких множин [7]. Важливою перевагою нечітких моделей є їхня прозорість, яка дозволяє їм успішно конкурувати з різними індуктивними методами обробки даних.

Створення моделі оцінювання передбачає 7 етапів.

Результатом виступає сформований методичний підхід до оцінювання рівня захисту інформації на вітчизняних підприємствах, що дозволяє значно скоротити витрати від втрат інформації та безпеки інформаційного простору підприємств.

Висновок. Проведені дослідження методологічного інструментарію побудови математичної моделі дозволили побудувати комплексну модель оцінки ефективності захисту інформації, що дало можливість врахувати основні чинники впливу на рівень захисту інформації та визначити слабкі місця в політиці інформаційної безпеки.

Розроблена модель оцінки рівня захисту інформації на підприємстві дозволяє здійснювати оцінку, ураховуючи чотири групи показників відображення особливого рівня кількісної та якісної сторін ефективності захисту інформації: на рівні технічного захисту, на рівні ефективності роботи кадрів, що забезпечують захист інформації, на рівні ефективності управління інформаційними потоками та на рівні ефективності програмного складника. Модель складається з логічних рівнянь, які описують зв'язок між чинниками, що впливають на рівень захисту інформації.

Дотримання наданих рекомендацій дозволяє вітчизняним підприємствам підтримувати рівень інформаційної безпеки відповідно до вимог сьогодення.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Сорокіна І.В. Теоретико-методологічні аспекти формування системи економічної безпеки підприємства // Актуальні проблеми економіки №12(102), 2009. – С. 114-122.
2. Архипов А. Е. Технологии экспертного оценивания в задачах защиты информации / А. Е. Архипов, С. А. Архипова, С. А. Носок // Інформаційні технології та комп'ютерна інженерія : міжнар. наук.-техн. журн. – № 1. – 2005. – С. 89-94.
3. Степанов А.В. Характерные особенности задачи построения комплексной системы защиты информации распределенных корпоративных ресурсов / А.В. Степанов // Захист інформації. – 2007. – Спец. вип. – С. 131–134.
4. Дудикевич В.Б. Ієрархічна модель захисту даних в інформаційних технологіях / В.Б. Дудикевич, Г.В. Микитин, Ю.Р. Гарасим // Проблеми і перспективи Розвитку ІТ-індустрії : зб. тез. доп. II Міжнар. наук.-практ. конф. – Харків : Вид-во ХНУРЕ, 2010. – С. 212–213.
5. Ілляшенко, С.М. Економічний ризик : навч. посіб. 2-ге вид., доп., перероб. / С.М.Ілляшенко – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 220с.
6. Реверчук, Н.Й. Управління економічною безпекою підприємницьких структур [Текст]: монографія / Н.Й. Реверчук. – Львів: ЛБІ НБУ, 2004. – 195 с.
7. Ермошин В.В. Методика оценки информационных рисков предприятия // Захист інформації. – 2009. – №4(45), С. 80-88.

Наталія Володимирівна Лусак – канд. техн. наук, доцент кафедри менеджменту та безпеки інформаційних систем Вінницького національного технічного університету, м. Вінниця.

Natalia Volodymyrivna Lysak – Cand. Sc. (Eng), Department of Management and Information Systems Security Vinnytsia National Technical University. Vinnitsa.

УДОСКОНАЛЕННЯ РЕКЛАМНОЇ КАМПАНІЇ ПІДПРИЄМСТВА ЗАСОБАМИ ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЙ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

У роботі розглянуто основні напрямки удосконалення рекламної кампанії підприємства в мережі Інтернет. Проаналізовано важливість впливу рекламної кампанії в мережі Інтернет.

Ключові слова: рекламна кампанія, інтернет-реклама, інформаційні технології, сайт.

Abstract

In the article the basic directions of improvement of publicity campaign of enterprise are In-process considered in a network the Internet. Importance of influence of publicity campaign is analysed in a network the Internet.

Keywords: publicity campaign, internet-advertising, information technologies, site.

Вступ. У процесі прогресивного розвитку суспільства сформувались не лише нові методи ведення виробничо-комерційної діяльності, а й змінилися способи проведення рекламної кампанії. Одним з таких способів є впровадження інтернет-реклами, значення якої постійно зростає у рекламному просторі. Використання сучасних інформаційних технологій, а особливо інтернет-реклами, є потужним джерелом підвищення ефективності просування товарів, що особливо важливо для вітчизняних підприємств. З кожним роком частка витрат на інтернет-рекламу у бюджеті підприємств зростає та зростатиме.

Виклад основного матеріалу. Під поняттям реклама переважно розуміють комерційну пропаганду споживчих якостей товарів і послуг з метою переконання потенційних покупців їх придбати. У зв'язку з розвитком інформаційних технологій, появою Інтернет-підприємств та веденням комерційної діяльності в Інтернет можна говорити про розвиток Інтернет-реклами. Вчені Р. Зеф та Б. Аронсон наводять наступні визначення Інтернет-реклами: «Інтернет-реклама-конвергенція традиційної реклами і маркетингу прямого відгуку. Інтернет-реклама-це конвергенція брендинга, розповсюдження інформації і продажів-усе в одному місці» [1, с.54]. В цілому Інтернет-рекламу можна визначити, як оплачений учасниками ринку захід з установленням засобами мережі Інтернет двосторонніх комунікацій рекламоодержувача та рекламодавця.

Інтернет-реклама – це комплекс заходів в мережі, скерованих на залучення уваги аудиторії [2, с.127]. Позитивними рисами інтернет-реклами як в Україні, так і в усьому світі є те, що вона доступна для всіх користувачів Інтернету, що вона є змістовною, орієнтована на цільового споживача, дешевша за традиційні носії реклами. Всі прийоми інтернет-реклами – розроблення інтернет-сайтів, створення контекстної реклами, оптимізація сайту, пошуковий аудит сайту – спрямовані на досягнення основної мети: збільшення обсягів доходів від реалізації продукції та прибутку підприємств.

1. Реклама. Набір можливостей прямої реклами товарів і послуг засобами Internet містить: розміщення інформації про товар на власному Web-сервері, розміщення реклами на інших серверах, розсилання електронних листів; участь у телеконференціях. Особливістю реклами в Internet є необхідність проведення додаткової реклами власного Web-сервера. Можна виокремити три основні способи пошуку і відвідання Web-сервера фірми:

- сервер може бути виявлений за допомогою пошукових машин;
- на сервер можна потрапити за допомогою гіпертекстових посилань;
- про сервер можна довідатися з інших джерел інформації, в тому числі традиційних (газети, журнали, радіо тощо).

Виходячи з цього рекламна кампанія, спрямована на оповіщення користувачів Internet про Web-сервер фірми-рекламодавця, може здійснити такі заходи:

- реєстрація сервера на пошукових машинах;
- розміщення безкоштовних посилань у Web-каталогах;
- розміщення посилань у "Жовтих сторінках";

- реєстрація на тематичних Web-серверах;
- розміщення посилань на інших серверах;
- публікація на інших серверах матеріалів, які містять посилання на сервер;
- розміщення платних рекламних оголошень на добре відвідуваних серверах;
- участь у телеконференціях; використання списків розсилання;
- використання імені сервера в усіх видах рекламної продукції компанії і при використанні традиційних видів реклами.

2. Зв'язки з громадськістю. У WWW можуть бути опубліковані прес-релізи або подана поточна інформація для акціонерів. WWW може бути ефективно використана в кризових ситуаціях, коли фірма має потребу в терміновій реакції на ринкову ситуацію, при цьому перевагою WWW є можливість відтворення інформації в реальному часі.

3. Підтримка споживачів. Підтримку споживачів можна істотно розширити за рахунок розміщення додаткової публічної інформації у WWW і реалізації механізму додаткового зворотного зв'язку.

4. Розширення інфраструктури підприємства за рахунок застосування Internet. Це може бути як використання технології Internet у внутрішній інфраструктурі підприємства, так і вихід за її межі.

5. Ринкове просування торгової марки компанії.

6. Стимулювання збуту.

7. Проведення маркетингових досліджень. Основні методи й інструменти проведення маркетингових досліджень:

- використання пошукових машин, каталогів WWW, тематичних серверів Internet; проведення опитувань;

- анкетування відвідувачів власного Web-сервера;

- дослідження конференцій;

- використання даних опитувань, проведених на інших серверах [1, с 196].

Сьогодні реклама в Internet використовується українськими компаніями здебільшого як елемент комплексу заходів для створення сприятливого іміджу. Реклама в Internet насамперед спрямована на вирішення таких завдань:

- створення сприятливого іміджу фірми, її торгової марки, товарів і послуг;

- забезпечення доступності інформації про фірму, її торгову марку і товари для абонентів світової мережі;

- реалізація всіх можливостей подання інформації про товар: графіки, звуку, анімації, відео зображення та ін.;

- оперативна реакція на ринкову ситуацію:

1. Відтворення даних прайс-листа.

2. Інформації про фірму та її товари.

3. Анонс нової продукції;

- продаж продукції через Internet. Завдяки одному віртуальному представництву можна не відкривати нових магазинів. Не варто думати, що як тільки товар буде представлений в Internet, його відразу куплять. Перш ніж у споживача виникне думка про необхідність покупки, він повинен пройти через певні стадії. Не треба намагатися змусити потенційного споживача відразу купувати, це нереально. Спочатку за допомогою експертних досліджень необхідно визначити, на якій стадії він перебуває, і поступово провести його через усі стадії, аж до прийняття рішення про здійснення покупки товару фірми. При цьому можна використовувати такі елементи рекламної кампанії як: корпоративний Web-сервер, банери, електронну пошту тощо [3, с.25].

Висновок. Використання сучасних інформаційних технологій, а особливо інтернет-реклами, є потужним джерелом підвищення ефективності просування товарів, що особливо важливо для вітчизняних підприємств. Теорія визначення ефективності реклами пропонує велику кількість показників, які, на базі відповідної статистики, дають змогу оцінити рівень ефективності рекламного звернення. Ряд відомих показників пропонуємо поповнити таким показником, як продуктивність інтернет-реклами, що є новизною дослідження. Комплексна оцінка ефективності інтернет-реклами може бути основою впровадження ефективної маркетингової політики та обґрунтування вірних управлінських рішень в сфері вдосконалення всієї збутової діяльності підприємства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Нестеренко Л. В. Інтернет-реклама – ефективний інструмент маркетингової комунікаційної політики / Л. В. Нестеренко, Л. М. Тарасюк // Міжвузівський збірник "Комп'ютерно-інтегровані технології: освіта, наука, виробництво". – 2011. – № 5. – С.10
2. Щербакова О. Ю. Реклама в Інтернет-СМІ: принципи функціонування и типологическая характеристика / О. Ю. Щербакова // Вестник ВГУ. Серия : Филология. Журналистика. – 2008. – № 2. – С. 264–269.
3. Коробова Т. Комплексные коммуникации в интернете / Т. Коробова // Отдел маркетинга. – 2009. – №3. – С.25-30
4. Штельман Н. О. Основні помилки та правила створення ефективної реклами / Н. О. Штельман // Галицький економічний вісник. – №2. – 2009. – С. 44

Денис Валентинович Шеванюк – студент групи МОі-12, факультет менеджменту, Вінницький національний технічний університет, Вінниця.

Науковий керівник: *Юлія Володимирівна Міронова* – к.е.н, доцент кафедри менеджменту та безпеки інформаційних систем Вінницького національного технічного університету, м. Вінниця.

Denis Valentynovich Shevaniuk - student group MOI-12, Department of Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, email : don_Sheva@mail.ru;

Supervisor: *Julia Volodymyrivna Mironova* - Cand. Sc. (Eng), Department of Management and Information Systems Security Vinnytsia National Technical University. Vinnitsa.

Механізм впровадження інформаційних систем менеджменту на вітчизняних підприємствах

Віницький національний технічний університет

Анотація

Розглянуто підходи до визначення поняття інформаційного забезпечення менеджменту, проаналізовано основні переваги впровадження інформаційних систем менеджменту в організаціях.

Ключові слова: інформаційні системи, система управління, системи документообігу, автоматизація

Abstract

Approaches to the definition of information provision management, analyzes the main advantages of implementing information management systems in organizations.

Keywords: information systems, management systems, workflow, automation

Вступ

В області менеджменту інформаційні системи відіграють сьогодні досить велику роль, хоча далеко не вирішальну, оскільки управління все ж таки більше пов'язане з людським, а не машинним фактором. Проте у морі інформації швидкодія обчислювальної техніки стає у пригоді. Будь-який процес управління починається зі збирання, обробки інформації і закінчується здобуванням інформації, яка є вихідною для нового управління. Тому питання інформаційних систем в менеджменті, на сьогоднішній час, є актуальним.

Метою є дослідження сутності та проблем запровадження інформаційних систем підприємства та визначення шляхів їх вирішення.

Результати дослідження

На даний момент існують два варіанти впровадження інформаційних систем – комплексний і точковий. У разі точкової системи всі елементи управління є автономними і по своїй суті розрізненими. Впровадження такої моделі передбачає поступову інтеграцію окремих складових в єдине ціле. Багато керівників віддають перевагу саме такому варіанту, зважаючи на нижчу вартість і недовіру до глобальних систем. Але не завжди вдається домогтися побудови єдиного інформаційного простору, оскільки сучасні інформаційні системи – це складні інтегровані комплекси, які включають в себе модулі, що відповідають практично за всі напрями роботи сучасного. І як результат такого впровадження – постійні збої і конфлікти в системі управління. Комплексний підхід усуває ці проблеми і дозволяє повністю автоматизувати бізнес-процеси. Системи документообігу, бухгалтерського обліку, тайм-менеджменту, технологій, виробництва в такому випадку працюють взаємопов'язано, безконфліктно і ефективно. Проте проблемою може стати недостатня навченість персоналу, що спричиняє на збої в процесі експлуатації інформаційних систем.

Процедуру впровадження інформаційної системи можна поділити на такі етапи:

1. Передпроектне обстеження, яке полягає у виявленні основних інформаційних потоків на підприємстві та формуванні бази основної нормативно-довідкової документації.
2. Побудова інформаційно-функціональної моделі діяльності підприємства, опис та оптимізація процесів, що піддаються автоматизації; здійснюється добре навченими співробітниками підприємства-замовника із залученням висококваліфікованих консультантів та з прив'язкою створеної моделі до стандартів бізнесу і до майбутньої системи.
3. Адаптація системи на підприємстві, у процесі якої проводиться налаштування системи відповідно до плану проекту впровадження і тестування окремих модулів та функцій.
4. Дослідна експлуатація системи – на цьому етапі зберігається подвійне введення даних у стару і нову системи. У процесі дослідної експлуатації генеруються стандартні звіти і проводиться верифікація даних; система поступово вводиться в експлуатацію по окремих ділянках обліку або

управління; документуються інструкції з ведення робочих місць і коригуються посадові інструкції учасників облікового процесу тощо.

Висновки

Отже, впровадження інформаційної системи – це досить трудомісткий, складний процес. Тому її застосування не завжди є успішним та не приносить підприємству відчутну фінансову вигоду. Основні причини невдалих впроваджень полягають в недооцінці керівництвом складності процесу впровадження, слабкій організації виконання проекту впровадження системи та відсутності реальної підтримки з боку перших осіб підприємства, неготовності керівництва до конструктивних структурних змін, включенні в групу впровадження співробітників установи, а не професійних консультантів.

Список використаної літератури

1. Босак І.П. Інформаційне забезпечення управління підприємством: економічний аспект / І.П. Босак, Є.М. Палига // Регіональна економіка. – 2007. – № 4. – С. 193–195.
2. Васюренко О.В. Економічний аналіз діяльності комерційних банків: навч. посіб. / О.В. Васюренко, К.О. Волохата – К.: Знання, 2006. – 463 с.
3. Денисенко М.П. Інформаційне забезпечення ефективного управління підприємством / М. П. Денисенко, І. В. Колос // Економіка та держава. – 2006. – № 7. – С. 19 – 24.

Козловський Ігор Сергійович — студент групи МОі – 12, факультет менеджменту, Вінницького національного університету, Вінниця, e-mail: kozlovskiyy.igor@rambler.ru

Науковий керівник: Азарова Анжеліка Олексіївна — к. т. н., професор, заступник декана Факультету Менеджмент з наукової роботи та міжнародного співробітництва Вінницького національного технічного університету

Igor Kozlovsky -student group MOI - 12, Department of Management, National University of Vinnitsa, Vinnitsa, , e-mail: kozlovskiyy.igor@rambler.ru

Supervisor: Azarova A. Angelika — Ph.D., Professor, deputy dean of the Faculty of Management, science researches and International Cooperation Vinnitsia National Technical University

МЕХАНІЗМ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЗАХИСТУ У ПЛАТІЖНИХ СИСТЕМАХ В INTERNET

Віницький національний технічний університет

Анотація

Розглянуто особливості захисту електронних платіжних систем в мережі Інтернет, які за способом доступу до електронного рахунку поділяються на системи, що вимагають встановлення додаткового програмного забезпечення для управління ним.

Ключові слова: електронні платежі, смарт-картка, платіжна організація, гроші.

Abstract

The features of secure electronic payment systems on the Internet, which according to the method of access to the electronic account is divided into a system with a web-interface for managing electronic wallet, and systems-setting require additional software to control them.

Keywords: electronic payment, smart-card payment organization, money.

Вступ

Сучасний етап розвитку платіжних систем в Україні характеризується широкомасштабним впровадженням електронних технологій безготівкових розрахунків. Електронні платіжні системи або системи розрахунків в мережі Інтернет є специфічними мережевими інформаційними системами. Специфіка таких систем полягає в необхідності забезпечення високого рівня інформаційної безпеки.

Метою є з'ясування особливостей захисту електронних платіжних систем у мережі Інтернет, встановлення причин їх популярності та широкого використання, а також вирішення їх проблем та недоліків.

Результати дослідження

Національна система масових електронних платежів (НСМЕП) – це внутрішньодержавна банківська багатоємнітна платіжна система масових платежів, в якій розрахунки за товари та послуги, одержання готівки та інші операції здійснюються за допомогою платіжних смарт-карток за технологією, що розроблена Національним банком України.

Удосконалення національної електронної платіжної системи України, відповідно до змісту програми, є визначення стратегічних напрямів розвитку НСМЕП на найближчі роки та забезпечення системного підходу під час її впровадження в Україні.

Одним із засобів покращення ПСУ є електронні гроші на базі смарт-карт. Смарт-картки (Smart Card) – пластикові картки з вбудованим мікропроцесором, з вигляду схожі на звичайні кредитні картки. Смарт-карта, по своїй суті, являє собою мікрокомп'ютер і містить усі відповідні основні апаратні компоненти: центральний процесор, оперативну та постійну пам'ять.[1]

Національна система масових електронних платежів (НСМЕП) – це внутрішньодержавна банківська багатоємнітна платіжна система масових платежів, в якій розрахунки за товари та послуги, одержання готівки та інші операції здійснюються за допомогою платіжних смарт-карток за технологією, що розроблена Національним банком України [2].

Метою створення НСМЕП є розроблення та впровадження в Україні відносно дешевої надійної захищеної автоматизованої системи безготівкових розрахунків, яка в основному розрахована на роботу в режимі «off-line».

До складу НСМЕП входять:

- розрахунковий банк платіжної системи;
- платіжна організація;
- члени платіжної системи;
- учасники платіжної системи;

Збір платіжної інформації та взаєморозрахунки в системі проводяться:

- міжбанківські – щоденно (в банківські дні) за кліринговою схемою, у т. ч. і по комісійним;
- внутрішньобанківські – щоденно (в банківські дні) самостійно банком - учасником за інформацією банківської карткової системи;

- платежі за вступ до системи, за обладнання і т. ін. – проводяться окремо.

Оскільки Національний банк вважає створення НСМЕП завершальною стадією у побудові системи електронних платежів в Україні, то проблемі подальшого розвитку системи НСМЕП приділяється суттєва увага[3].

Висновки

Застосування національної системи електронних платежів дозволило прискорити здійснення розрахунків та обігу коштів, зменшити документообіг, посилити контроль за станом грошової маси в державі, знизити збитки держави та підприємців від низької швидкості виконання розрахунків та використання підроблених платіжних документів; підвищити можливості комерційних банків і Національного банку України контролювати здійснення платежів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Васильченко З. М. Трансформація діяльності комерційних банків в економіці держави: Автореф. дис... д-ра екон. наук: 08.04.01 / Київський національний ун-т ім. Тараса Шевченка. - К., 2010. – 32 с.
2. Кравець В. М. Розробка та впровадження національної системи масових електронних платежів: Автореф. дис... канд. екон. наук: 08.04.01 / Українська академія банківської справи. - Суми, 2009. – 17 с.
3. Електронні платіжні системи Інтернету. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://westudents.com.ua/glavy/27112-63-debetov-Internet-sistemi-ta-h-spetsifchn-platjn-zasobi.html>
4. Азарова А. О. Управління процесом мікрокредитування за допомогою сучасних інформаційних систем / А. О. Азарова, Б. Ю. Кирдан // Реєстрація, зберігання і обробка даних, 2005.
5. Азарова А. О. Управління процесом мікрокредитування за допомогою сучасних інформаційних систем / А. О. Азарова, Д. П. Драчук // Информатика и компьютерные технологии, 2006.

Теслюк Олександр Володимирович — студент групи МОі – 12, факультет менеджменту, Вінницького національного університету, Вінниця, e-mail: sashateslyuk@rambler.ru

Науковий керівник: **Азарова Анжеліка Олексіївна** — к. т. н., професор, заступник декана Факультету Менеджмент з наукової роботи та міжнародного співробітництва Вінницького національного технічного університету

Teslyuk Alexander -student group MOI - 12, Department of Management, National University of Vinnitsa, Vinnitsa, e-mail: sashateslyuk@rambler.ru

Supervisor: **Azarova A. Angelika** — Ph.D., Professor, deputy dean of the Faculty of Management, science researches and International Cooperation Vinnitsia National Technical University

Вдосконалення механізму раціонального використання виробничих ресурсів

Вінницький національний технічний університет

Анотація

У роботі проаналізовано систему категорій і понять, пов'язаних з виробничими ресурсами. Визначено основні риси поняття «виробничі ресурси» з точки зору розвитку теорії економіки підприємств та теорії організації. Досліджено існуючі концепції управління виробничими ресурсами. Запропоновано шляхи вдосконалення механізму раціонального використання виробничих ресурсів.

Ключові слова: виробничі ресурси, ресурси підприємства, раціональне використання ресурсів.

Abstract

The work analyses the systems of categories and notions connected with productive resources. The basic lines of concept “productive resources” and defined from the point of view of development of the theory of economy of enterprise and the theory of organization. It was investigated the existing concepts of productive resources management. It was proposed the ways of improving the mechanism of rational use of manufacturing resources.

Keywords: productive resources, resources of enterprise, rational use of resources.

Вступ. Головною передумовою ефективного здійснення процесів структурно-інноваційної перебудови економіки України є невідкладна необхідність мобілізації усіх резервів підвищення ефективності виробничо-господарської діяльності вітчизняних підприємств. Особливе місце серед таких резервів посідає використання наявних можливостей ресурсозбереження, дбайливого та економного використання ресурсів.

Управління виробничими ресурсами підприємства набуває особливої значущості, оскільки дозволяє досягти органічного взаємозв'язку й інтеграції численних функціональних сфер роботи підприємства (постачання, виробництва, транспортування, роботи складського господарства, збуту) в єдину наскрізну керуючу управлінську систему.

Різноманітні проблеми управління ресурсним забезпеченням промислового виробництва, організації логістичного процесу на підприємствах розглядалися в працях багатьох вітчизняних та зарубіжних вчених-економістів, таких як Бауерсокс Д., Кальченко А., Кіндій М., Клебанова Т., Клосс Д., Костоглодов Д., Крикавський Є., Міротін Л., Окландер М., Саввіді І., Сергєєв В., Стаханов В., Фролова Л., Чечетов М., Чухрай Н. та ін. Проте увага дослідників зосереджувалася перш за все на вирішенні поточних завдань із задоволення ресурсних потреб виробництва, в той час як численні аспекти надзвичайно складної проблеми формування належної ресурсної бази для забезпечення довгострокового усталеного соціально-економічного розвитку часто залишалося поза увагою науковців. Обов'язковою передумовою успішного розв'язання зазначеної проблеми, насамперед, має бути розбудова необхідного стратегічного підґрунтя для прийняття управлінських рішень у цій сфері.

Раціональне використання виробничих ресурсів передбачає формування ефективного механізму управління.

Метою роботи є покращення ефективності діяльності вітчизняного підприємства на основі вдосконалення механізму раціонального використання виробничих ресурсів.

Для досягнення мети були поставлені такі **завдання**:

- дослідити систему категоріального апарату, пов'язаного з виробничими ресурсами підприємства;
- визначити основні функції, структуру та особливості системи управління виробничими ресурсами;
- розробити рекомендації щодо вдосконалення механізму раціонального використання виробничих ресурсів на підприємстві.

Об'єктом дослідження виступає система забезпечення ресурсного потенціалу підприємства.

Предмет дослідження – ресурсна стратегія підприємства, яка включає інструменти, механізми та економічні важелі, які забезпечують ефективне використання ресурсів.

Інформаційна база написання даної роботи включає наукові праці, періодичні видання, методичні розробки вітчизняних і зарубіжних вчених-економістів.

Теоретичне значення роботи полягає у можливості використання розроблених пропозицій та рекомендацій щодо покращення ресурсного потенціалу підприємства.

Виклад основного матеріалу: В процесі створення матеріальних та нематеріальних благ чи не найважливішу роль відіграють такі фактори виробництва як виробничі ресурси.

Термін «ресурс» походить від французького «*ressource*» – допоміжний засіб. У радянському енциклопедичному словнику під ресурсами розуміють грошові кошти, цінності, джерела (засобів) коштів, доходів [1].

Довідкова економічна наука також наводить досить багато визначень поняття «ресурси». Так, в економічній енциклопедії за ред. проф. С. В. Мочерного надається достатньо загальне визначення, відповідно до якого ресурси є основними елементами виробничого потенціалу, які має в розпорядженні система і які використовуються для досягнення конкретних цілей економічного розвитку [2]. Натомість, в економічному словнику С. М. Гончарова ресурси визначаються як природні, сировинні, матеріальні, трудові, фінансові цінності, які можуть бути використані в разі потреби для створення продукції, надання послуг, одержання додаткової вартості [3]. Майже аналогічне визначення наводять автори економічного тлумачно-термінологічного словника, які під ресурсами розуміють всі засоби, запаси, можливості, джерела будь-чого, включаючи природні, інтелектуальні та технологічні, які можуть бути застосовані в господарській діяльності [4].

Досліджуючи довідкову літературу можна зробити висновок, що виробничі ресурси є і фактором виробництва, і виробничим потенціалом підприємства. Також ресурси у своєму вираженні можуть визначатися дуже широко, а саме, як усе, що бере участь у виробництві товарів та послуг, або дуже вузько, як окрема категорія ресурсів як, наприклад, фінансові ресурси або ж інформаційні ресурси.

Тобто, якщо ресурси – це допоміжні засоби виконання діяльності, а фактори виробництва визначаються як функціональні компоненти виробничої системи, які вже залучені до виробництва, то, з одного боку, ресурси можуть бути кількісно та якісно більшими на величину засобів, що поки не використовуються у виробництві, з другого, розподіл факторів виробництва на елементарні та диспозитивні звужує поняття ресурсів лише до елементарних факторів [5].

Якщо ресурси – це можливості одержання бажаного результату шляхом певних перетворень, то вони, безумовно, є елементом потенціалу підприємства, який, за визначенням Краснокутської Н.С., являє собою можливості системи ресурсів, здатностей і компетенцій створювати цінність для зацікавлених сторін [6, с. 21].

Розглянемо більш детальніше виробничі ресурси. Під виробничими ресурсами розуміють усі людські, природні а також вироблені людиною ресурси, які використовуються для виробництва різноманітних товарів та послуг. Ці ресурси поділяють на:

- матеріальні – капітал, земля, сировина;
- людські – праця, підприємницькі здібності.

Говорячи про виробничі ресурси ми розуміємо капітал не як грошові кошти, а як виробничі знаряддя, інструменти, машини, транспортні засоби, що використовуються для виробництва та постачання готової продукції до споживачів.

Земля як фактор виробництва являє собою усі природні ресурси, які використовуються у процесі виробництва, а саме ліси, водні ресурси, орні землі.

Під працею розуміємо всі розумові та фізичні здібності людини, які застосовуються у процесі виготовлення товарів та послуг. Окремо від праці розглядають підприємницькі здібності як особливий вид людських талантів, здатність людей до організації виробничої, торговельної, комерційної та іншої ділової, економічної діяльності. Це особливий економічний фактор, який забезпечує комбіноване поєднання всіх інших ресурсів у єдину систему в процесі виробництва товарів та послуг.

Формування стратегічних ресурсних потреб підприємства (за якісними, структурними та кількісними параметрами) відбувається під впливом трьох основних груп факторів:

- передбачувані темпи зростання ринкової частки та обсягів діяльності;
- рівень мінливості виробничо-технологічної бази;
- передбачуваний характер змін ефективності використання усіх видів ресурсів на підприємстві.

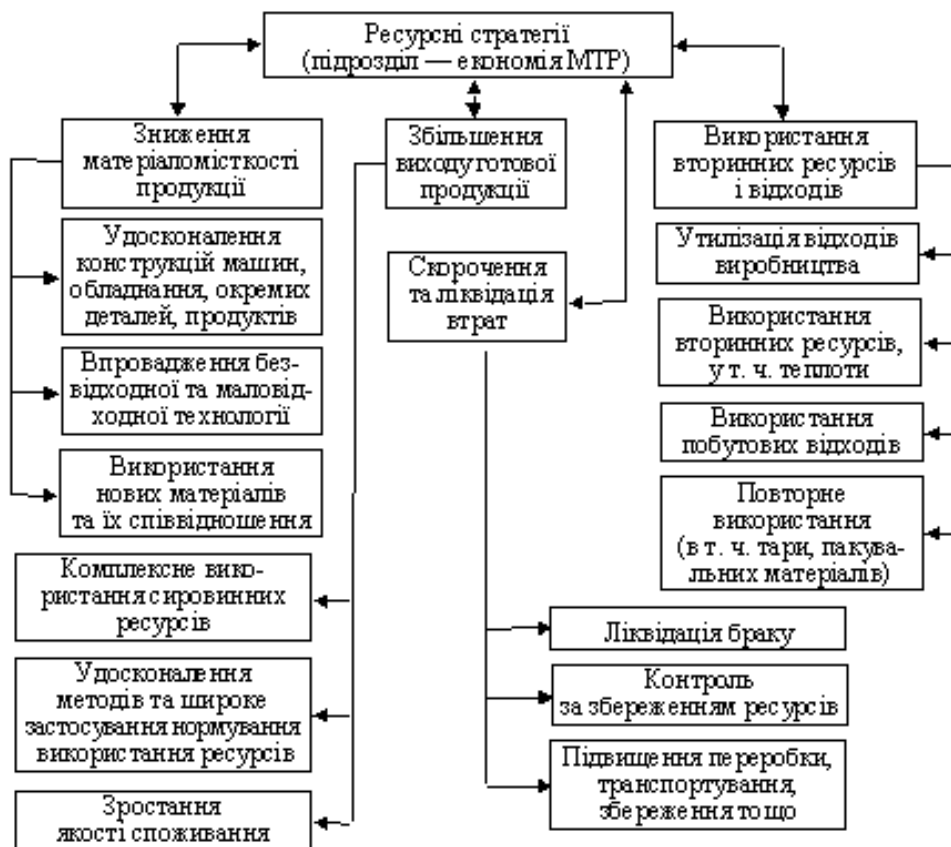


Рисунок 1 – Основні напрями економії матеріальних ресурсів та їх вплив на зміст ресурсних стратегій

Розглядаючи шляхи вдосконалення механізму раціонального використання виробничих ресурсів на підприємстві можна виділити наступні напрямки поліпшення діяльності підприємства на основі вдосконалення управління його ресурсним потенціалом:

- зменшення витрат на ресурсне забезпечення діяльності підприємства шляхом більш раціонального їх використання;
- уникнення напрямків діяльності, що вимагають додаткового залучення ресурсів;
- пошук та вибір такої структури ресурсного забезпечення, що дозволить найбільш повно використовувати внутрішній потенціал розвитку організації.

Висновки. Отже, ресурси є тим визначальним показником потужностей підприємства, що визначає його можливості на ринку та конкурентоспроможність. Ресурси є основною складовою потенціалу розвитку організації, тому необхідно визначити такий внутрішній потенціал, який би міг гнучко реагувати на зміни і пристосовувати до них діяльність організації.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Советский энциклопедический словарь / Гл. ред. А. М. Прохоров. – М. : Сов. энциклопедия, 1983. – С. 1118.
2. Економічна енциклопедія: У 3-х томах. Т. 3 / Редкол.: С. В. Мочерний (відп. ред.) та ін. – К. : Академія, 2002. – С. 206.
3. Гончаров С. М. Тлумачний словник економіста / С. М. Гончаров, Н. Б. Кушнір ; [за ред. проф. С. М. Гончарова]. – К. : Центр навчальної літератури, 2009. – 264 с.
4. Коноплінська В. А. Економічний тлумачно-термінологічний словник / В. А. Коноплінська, Г. І. Філіна. – К. : КНТ, 2007. – 580 с.

5. Ресурси та ресурсне забезпечення підприємств: теоретичні аспекти/ Н. О. Власова, В. Ю. Андросов// Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. - 2012. - Вип. 1(1). - С. 250-257.

6. Краснокутська Н. С. Потенціал торговельного підприємства: теорія та методологія дослідження : монографія / Н. С. Краснокутська. – Харків : ХДУХТ, 2010. – 247 с.

Лозан Богдана Олександрівна – ст. гр. МОі-146 ,факультет менеджменту, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: lozan.bogdanamo@gmail.com

Науковий керівник: **Міронова Юлія Володимирівна** – канд. екон. наук, доц., Вінницький національний технічний університет, Вінниця.

Lozan Bohdana O. – Department of Building Menegment, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, email : lozan.bogdanamo@gmail.com

Supervisor: **Mironova Julia V.** – Ph.D. (Eng.), Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Віницький національний технічний університет

Анотація

Розглянуто поняття та завдання інформації, та підвищення результативності у прийнятті управлінських рішень.

Ключові слова: інформація, інформаційна система, інформаційне забезпечення

Abstract

The concept and objectives of information and improve efficiency in decision-making.

Keywords: information, information systems, information support

Вступ

Одне із важливих місць у людській діяльності відіграє інформація. Адже у своїх рішеннях людина постійно керується інформацією та управляє нею. Українське законодавство тлумачить інформацію як «будь-які відомості та/або дані, які можуть бути збережені на матеріальних носіях або відображені в електронному вигляді».

Метою інформаційного забезпечення є надання користувачам повної, правдивої, достовірної та своєчасної інформації необхідної для забезпечення процесу управління.

Результати дослідження

Одним із найважливіших призначень інформації є усунення та зменшення невизначеності, що в результаті сприяє формуванню стратегії розвитку підприємства та пошукам шляхів її реалізації. Тому для ефективної діяльності підприємства необхідно володіти повною, достовірною, своєчасною, актуальною інформацією, яка надаватиме підприємству певні конкурентні переваги в процесі його функціонування [1]. Однак, слід зауважити, що інформація без певного опрацювання не може служити основою для прийняття управлінських рішень. Отримати таку інформацію можна шляхом створення ефективної системи інформаційного забезпечення [1, 2].

Інформаційне забезпечення управління - це зв'язок інформації з системами управління підприємством і управлінським процесом в цілому. Воно може розглядатися не тільки в цілому, охоплюючи всі функції управління, а й за окремими функціональним управлінським роботам, наприклад прогнозування та планування, обліку та аналізу. Це дає можливість відтінити специфічні моменти, притаманні інформаційному забезпеченню функціонального управління, розкривши в той же самий час його загальні властивості, що дозволяє направити дослідження вглиб. У сучасних умовах важливою областю стало інформаційне забезпечення, яке полягає в зборі та переробці інформації, необхідної для прийняття обґрунтованих управлінських рішень.

Інформаційна система підприємства, на нашу думку, повинна забезпечувати вирішення таких завдань на підприємстві: 1) збір даних необхідних для забезпечення своєчасною, повною та достовірною інформацією осіб, які приймають управлінські рішення; 2) опрацювання інформації, яка необхідна для прийняття управлінських рішень; 3) розповсюдження інформації на різних ланках управління.

Висновки

Отже, під інформаційним забезпеченням слід розуміти сукупність інформації необхідної для управління економічними процесами та прийняття управлінських рішень. Належний рівень інформаційного забезпечення дасть змогу підприємству підвищити результативність прийнятих рішень у процесі діяльності. Адже основною метою інформаційного забезпечення є надання

користувачам необхідної інформації, яка у свою чергу є важливим ресурсом, адже містить дані які зменшують невизначеність у діяльності об'єктів.

.Список використаної літератури

1. Азарова А. О. Впровадження систем ERP-класу / А. О. Азарова, Н. С. Желюк // Бизнес–Информ. Материалы II международной конференции «Современные проблемы моделирования социально-экономических систем». – Харьков, 2010. – № 4. – С.127–129.
2. Азарова А. О. Покращення маркетингової політики на підприємстві на основі новітніх програмних засобів / А. О. Азарова, О. С. Головкин, Н. С. Коберник // Інноваційна економіка. – № 7 (45). – 2013. – С.206–210.

Патратій Денис Олександрович — студент групи МОІ – 12, факультет менеджменту, Вінницького національного університету, Вінниця, e-mail: patraty94@mail.ru

Науковий керівник: Азарова Анжеліка Олексіївна — к. т. н., професор, заступник декана Факультету Менеджмент з наукової роботи та міжнародного співробітництва Вінницького національного технічного університету

Denis Patraty-student group MOI - 12, Department of Management, National University of Vinnitsa, Vinnitsa, , e-mail: patraty94@mail.ru

Supervisor: Azarova A. Angelika — Ph.D., Professor, deputy dean of the Faculty of Management, science and International Cooperation Vinnitsia National Technical University

МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ

Вінницький національний технічний університет¹

Анотація

У роботі досліджено поняття інтелектуального капіталу, розглянуто сутність та складові даної категорії, проаналізовано методичні рекомендації з оцінювання інтелектуального капіталу.

Ключові слова: *інтелектуальний капітал, методи оцінювання, капітал.*

Abstract

There is studied the concept of intellectual capital, are examined the essence and components of this category, are analyzed methodic recommendations on the evaluation of intellectual capital in this work.

Keywords: *intellectual capital methods of evaluation, capital.*

Вступ

В сучасних економічних умовах економічне зростання все більше залежить від уміння правильно та ефективно використовувати знання і новітні технології. Саме знання є одним із рушійних факторів розвитку світової економіки і суспільства, особливо в період глобалізації і інформатизації. У зв'язку з цим набуває особливого значення інтелектуальний капітал підприємства, що генерує нові знання, які набувають форми інтелектуальної власності та забезпечують формування економіки інноваційного типу. Для ефективного формування і використання інтелектуального капіталу необхідно створити умови для правильної його оцінки.

На даному етапі недостатньо висвітлено питання автоматизації систем оцінювання інтелектуального капіталу підприємства, динаміку розвитку та зміни структури, а також розроблення універсальних моделей оцінювання інтелектуального капіталу на вітчизняних підприємствах.

Підприємства які правильно оцінюють і управляють інтелектуальним капіталом є більш конкурентоспроможними ніж інші.

Результати дослідження

Головною проблемою в системі оцінювані інтелектуальним капіталом й досі залишається неоднозначне трактування сутності інтелектуального капіталу, не визначена динаміка розвитку даного продукту, проблем формування організаційно-економічного механізму управління і визначення напрямів забезпечення ефективного функціонування даного ресурсу, методів його вимірювання, особливостей залежно від галузевої належності підприємств.

Отже, спостерігається недостатня розробленість досліджуваної теми як в методологічному, так і в теоретичному аспектах.

Метою дослідження, є обґрунтування методологічного підходу до оцінювання інтелектуального капіталу як важливої складової активів підприємства для підвищення ефективності управління ним за сучасних економічних умов.

Об'єктом дослідження є процес оцінювання інтелектуального капіталу.

Предметом дослідження є методи оцінювання інтелектуального капіталу.

Інтелектуальний капітал – це нагромадження у процесі інтелектуальної діяльності сукупність знань, досвіду, навичок, творчості, здібностей, взаємовідносин, що мають економічну цінність і використовуються у процесі діяльності.[1]

Особливості інтелектуального капіталу полягають і в тому, що зовсім по-новому розв'язують проблеми його збереження і нагромадження.

На думку К.-Е. Свейбі, інтелектуальний капітал – це склад нематеріальних активів, який відповідає розгорнутій структурі інтелектуального капіталу, включає три компоненти: індивідуальну компетентність (здатність індивіда до певних дій у найрізноманітніших ситуаціях), внутрішню

структуру фірми(культура та традиції фірми, а також комп'ютери, інформаційні мережі, засоби зв'язку та технології, які безпосередньо використовують працівники у своїй роботі) та зовнішню(тісні взаємовідносини між підприємством та іншими суб'єктами ринку)[2].

Однак слід зазначити, що таке трактування структури ІК не враховує багатьох об'єктів інтелектуальної власності, зокрема: інформацію про споживачів і контрагентів, маркетингову політику, мобільність та здоров'я персоналу тощо [3].

Оскільки основною формою такого капіталу є знання співробітників фірми, то обов'язково з'являється потреба, щоб ці знання не стали надбанням конкурентів, щоб їх використовували лише в певній компанії. Цьому мають сприяти різні заходи, починаючи від укладання керівництвом фірми договорів зі співробітниками про нерозголошення таємниць, використання матеріальних інтересів працівників фірми шляхом різних форм матеріального заохочення у збереженні виробничих і комерційних таємниць до широкого залучення працівників до процесу прийняття рішень, планування та управління діяльністю компанії, створення сприятливих умов для професійного і творчого зростання співробітників компанії. [4]

В цілому, необхідно відзначити, що сучасне економічне середовище є настільки нестабільним і ризикованим, що традиційні методичні інструменти, які базуються на принципах бухгалтерського обліку, є не зовсім адекватними умовам сьогодення. Не надають можливість проведення комплексної достовірної оцінки і більшість методів визначення ефекту від використання компонентів інтелектуального капіталу, ринкової капіталізації, матричні методи. Значна кількість факторних методів побудована на обмеженій кількості чинників впливу. До того ж, здебільшого не враховується вплив якісних показників, які, в свою чергу, суттєво визначають кінцевий результат використання інтелектуального продукту.

Висновки

Таким чином, актуальним є визначення критеріїв, яким відповідатиме універсальний методичний інструментарій оцінки інтелектуального капіталу підприємства. Треба зазначити, що підходи до оцінки інтелектуального капіталу підприємства повинні бути не лише строго формальними, але й адаптованими до реального застосування на практиці.

Достовірна вартість інтелектуального капіталу підприємства може бути отримана лише за умов комплексної оцінки всіх трьох його складових: інтелектуальної складової людського капіталу, структурного та споживчого капіталу. Не менш ваговою, умовою є використання сукупності показників: кількісних, якісних та показників ідентифікації активів, що неможливо виявити — компетентності та знань персоналу, корпоративної культури, ділової репутації підприємства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Закон України «Про власність» // Відомості Верховної Ради України. – 1991. – № 697
2. В. С. Філіпова, К. В. Ковтуненко Інтелектуальний потенціал як основний чинник формування інтелектуального капіталу / В. С. Філіпова. – 2013. – С. 228-229.
3. Sveiby E.-A. Measuring Intangibles and Intellectual Capital // An Emerging First Standard/ E.-A. Sveiby. – Available from: <http://www.sveiby.com>.
4. Азарова А. А. Структурная модель интеллектуального капитала / А. А. Азарова, А. Ф. Воробец // Теория экономического анализа. – 2013. – № 43. – С. 34-44.

Науковий керівник: **Міронова Юлія Володимирівна** – канд. екон. наук, доцент кафедри менеджменту та безпеки інформаційних систем, Вінницький національний технічний університет.

Пужайло Олена Іванівна – студентка групи МОі-13, факультету менеджменту, Вінницький національний технічний університет.

Supervisor: **J. V. Mironova** – Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of Management and Information Systems Security, Vinnytsia National Technical University.

O. Puzhaylo - student group MOI-13, Faculty of Management, Vinnytsia National Technical University.

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ІНФОРМАЦІЄЮ ВИРОБНИЧОГО ПІДПРИЄМСТВА

Вінницький національний технічний університет

Анотація. У роботі проаналізовано теоретичні та методологічні аспекти управління маркетинговою інформацією виробничого підприємства. Досліджено ретроспективний та сучасний стан проблеми забезпечення ефективного управління маркетинговою інформацією на вітчизняних підприємствах. Досліджено взаємозв'язок рентабельності підприємства із системою ефективного управління маркетинговою інформацією. Проаналізовано методи аналізу інформації та система маркетингового дослідження підприємства.

Ключові слова: інформація, маркетинг, управління маркетинговою інформацією, інформаційна система, маркетингові дослідження.

Abstract.

The theoretical and methodological aspects of management of productive enterprise marketing information are in process analysed. The retrospective and modern state of problem of providing of effective management marketing information is investigational on domestic enterprises. Intercommunication of profitability of enterprise is investigational with the system of effective management marketing information. It is analysed method of analysis of information and system of marketing research of enterprise.

Keywords: information, marketing, marketing management information, information systems, marketing research.

Вступ

На сучасному етапі практика управління маркетинговою діяльністю виробничих підприємств свідчить про низький рівень задоволеності інформаційних потреб, необхідних для прийняття управлінських рішень. В сучасних умовах успішна реалізація цілей і завдань розвитку підприємства значною мірою залежить від ефективного використання його інформаційних ресурсів. Інформаційні ресурси є основою інформаційного забезпечення діяльності підприємства і визначають його стратегічний успіх.

Інформаційне забезпечення маркетингової діяльності підприємства залежить не тільки від наявності інформаційних ресурсів, а й від можливостей впровадження інформаційних інновацій, впорядкування інформаційних потоків підприємства, від вирішення проблем його ефективної інформаційної взаємодії з суб'єктами ринку.

Результати дослідження

Під інформаційним забезпеченням маркетингу підприємства розуміється: комунікація, а саме обмін інформацією, на основі якої керівники отримують відомості, необхідні для прийняття рішень, і доводять прийняті рішення до працівників підприємства; процес збору, зберігання, вибору, перегрупування, систематизації даних та аналіз інформації; процес збору показників з усіх аспектів діяльності підприємства.

Маркетинг - система різних видів діяльності підприємства, що пов'язані між собою й охоплюють планування, ціноутворення, продаж, доставку товарів та надання послуг, в яких є потреба у існуючих або потенційних споживачів; а також видом людської діяльності, спрямованої на задоволення потреб.

Маркетингова інформація – це набір знань з усіх аспектів діяльності підприємства, що є основою для прийняття стратегічних і тактичних рішень.

Зміни в системі маркетингу здійснюються, як правило, у відповідь на дію чинників, які утворюються як у зовнішньому, так і у внутрішньому середовищі підприємства. З огляду на це, усю інформацію, що використовується суб'єктом господарювання, за джерелами її надходження доцільно розподілити на внутрішню та зовнішню. Зовнішня інформація відображає ситуацію щодо макро- та мікросередовища підприємства. Внутрішня інформація характеризує сучасний стан самого суб'єкта гос-

подарювання, зокрема, представляє основні показники його комерційної діяльності (за результатами, зокрема, бухгалтерської звітності).

Щодо основних джерел зовнішньої інформації (про маркетингове середовище, і в першу чергу про ринки збуту), то серед них виділяють:

- покупці продукції підприємства (реклама, брошури, прейскуранти);
- продавці і торгові агенти підприємства, незалежні торгові посередники, що співпрацюють з підприємством;
- посередники, що спеціалізуються на зборі і реалізації комерційної інформації;
- спеціалізовані журнали, довідники, інформаційні бюлетені;
- представники контактних аудиторій: засоби масової інформації, різні суспільні формування (спілки захисту прав споживачів та ін.)

Вищенаведені джерела дають можливість отримати інформацію будь-якого спрямування. Проте для керівника підприємства самостійний стихійний пошук необхідних знань – досить довготривала і часто не приносить бажаного результату. Ефективні у цьому випадку дорадчі служби, основною метою яких є поширення та впровадження у виробництво сучасних наукових досягнень. Механізм аналізу та прийняття маркетингових рішень по відношенню до маркетингової інформаційної системи наведено на рис. 1.

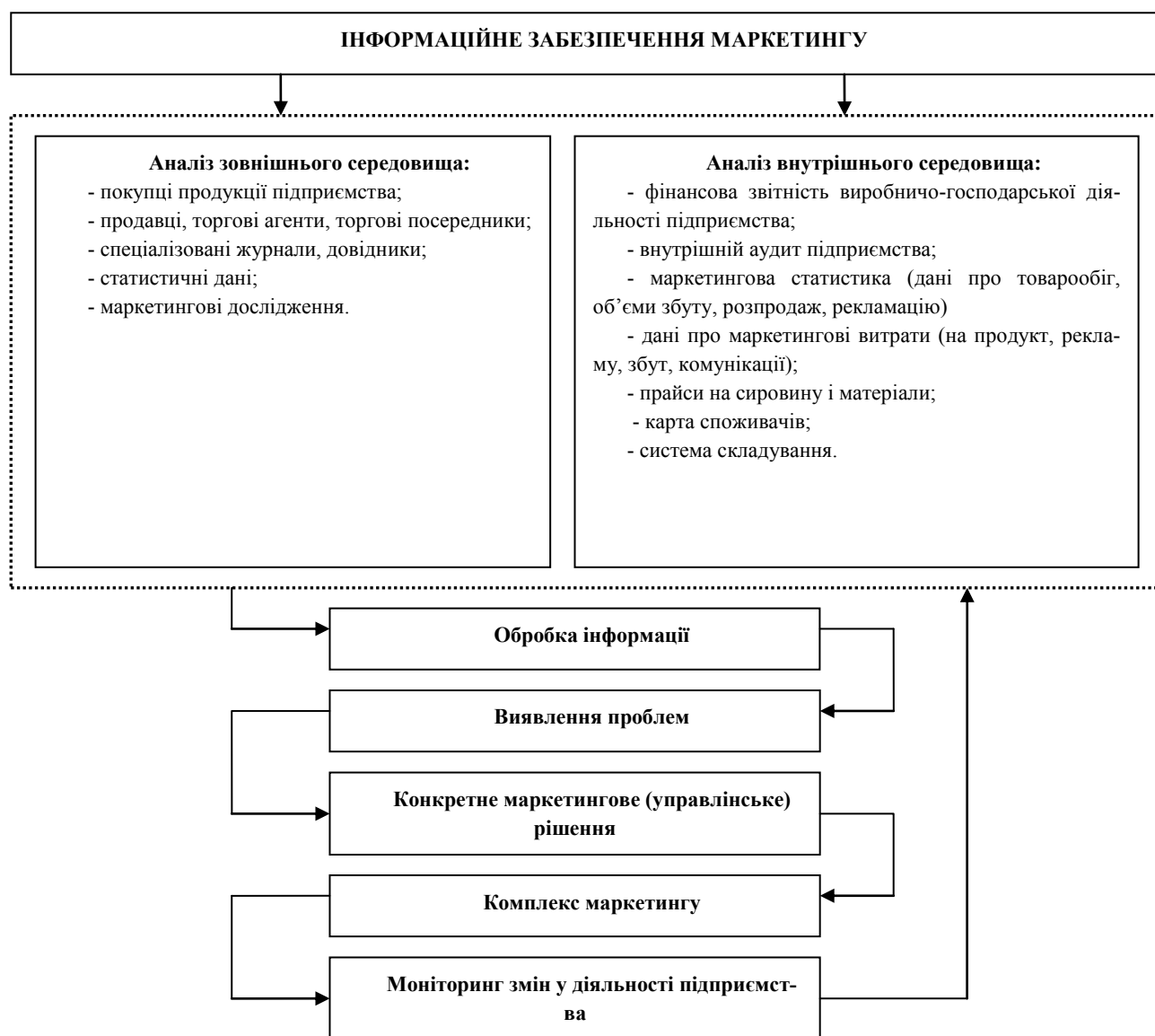


Рис. 1. Схема маркетингової інформаційної системи виробничого підприємства

Джерело: авторська розробка

Отримана у ході маркетингового аналізу інформація проходить стадію обробки – перетворюється на аналітичну маркетингову систему, на основі використання якої інформація узагальнюється і подається тим особам, які приймають рішення.

В свою чергу, для аналізу інформації можуть бути використані такі методи: традиційний аналіз (аналіз суті вторинних даних і побудова логічних ланцюжків міркувань); статистичні методи обробки інформації; багатомірні методи (факторний і кластерний аналіз); регресивний і кореляційний аналіз; імітаційні методи; методи теорії прийняття рішень (теорія ігор, теорія черг, дерево рішень); методи дослідження операцій (лінійне та нелінійне програмування); евристичні методи та ін.

Результатом проведеного маркетингового аналізу є інформація, на підставі якої ухвалюється управлінське рішення, що є основою для подальшої реалізації та отримання кінцевого результату, тобто прибутку або досягнення поставлених цілей.

Наявність маркетингової інформаційної системи дозволяє підприємству постійно оновлювати бази даних, здійснювати обробку інформації та її зберігання як основи для нарощування конкурентних переваг. У цьому разі інформація може використовуватися в діяльності підприємства і як самостійне джерело прибутку, і як допоміжний засіб його отримання, що сприяє оптимізації бізнес-процесів.

Порівняльна характеристика інформаційних систем управління маркетинговою діяльністю наведена в табл. 1.

Таблиця 1 – Порівняльна характеристика інформаційних систем управління маркетинговою діяльністю підприємства

Параметри ІС	І : С	Marketing Expert	Галактика
Група споживачів	Невелика чисельність персоналу відділу маркетингу	Робота відділу маркетингу	Даний модуль призначений для керівників підприємств, холдингів, корпорацій і підтримує управлінську діяльність топ-менеджерів
Основні характеристики	Управління маркетинговими акціями, базою покупців, асортиментом, ціноутворенням. Облік товарних і матеріальних засобів.	Аналіз ринку, конкурентоспроможності, прогноз і аналіз продажу, ризиків, аналіз ефективності маркетингу.	Фінансове і господарське планування, управлінський облік, оперативне управління Маркетингом
Термін впровадження	3-9 місяців і більше	До 4-х місяців	4 міс. – 1,5 року і більше
Функціональна повнота	Інтегрована програма зведеного обліку	Оптимальний розподіл бюджету маркетингу за допомогою процедур багакритеріальної оптимізації	Спеціалізована система управління виробничими активами
Співвідношення витрат: Ліцензія / впровадження / обладнання	1/0,5/2	1/ 2/1	1/2/1
Орієнтовна вартість	Ліцензія на одне робоче місце \$150-600. Вартість впровадження на одне робоче місце \$200-1000	\$5000-50 000	Ліцензія \$350-1200 на одне робоче місце. Вартість впровадження складає 50-100% цієї суми

Джерело: результати авторських досліджень

На практиці інформаційне забезпечення охоплює систему руху і перетворення інформації, включаючи класифікаційні переліки всіх даних, методи їх кодування, зберігання й передачі. Автоматизація інформаційного забезпечення спрямована на використання технічних засобів управління для постачання потрібної інформації відповідним органам з такою метою: по-перше, організації безперервного процесу збирання, опрацювання, зберігання, пошуку й відображення інформації, а також передавання її на різні рівні управління, кожен із яких потребує різної маркетингової інформації, відповідно до завдань, які він виконує; по-друге, високої надійності й вірогідності інформації згідно з установленними вимогами щодо її збирання й опрацювання на кожному з рівнів (стратегічний, тактичний, операційний) управління.

Висновки

Впровадження інформаційного маркетингу може широко застосовуватися на виробничих підприємствах. Однак подібна маркетингова діяльність неможлива без налагодженої роботи інформаційного забезпечення, тому що ефективність виробництва багато в чому залежить від того, як добре керівники підприємств знають потреби ринку товарів та послуг. Цей факт підтверджує те, що використання систем інформаційного забезпечення є необхідною умовою підвищення ефективності маркетингової діяльності підприємства. Розглядаючи систему маркетингової інформації як сукупність пов'язаних структурних частин і відносин єдиної системи, ми бачимо необхідність вивчення оптимізації та результативності роботи системи маркетингової інформації, яка здатна вплинути на економічний стан окремого підприємства і регіону в цілому.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Знис Б. М. Классика маркетинга / Б. М. Знис, К. Т. Кокс. – СПб. : Питер, 2001. – 752 с.
2. Котлер Ф. Основы маркетинга. Краткий курс / Котлер Ф. – М. : Издательский дом «Вильямс», 2002. – 656 с.
3. Прауде В. Р. Маркетинг: Навч. посіб. / В. Р. Прауде, О. Б. Білий. – К. : Вища шк., 1994. – 248 с.
4. Кардаш В. Я. Товарна інноваційна політика: Навч. посіб. / Кардаш В. Я. – К.: КНЕУ, 1999. – 393 с.
5. Дзинько Т. Маркетинг нового покоління [Електрон. ресурс]. Режим доступу: http://www.ufin.com.ua/analit_mat/sdu/076.htm.

Кухар Анастасія Вікторівна — студентка групи МОі-15сп, факультет менеджменту, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: nastasya_td@mail.ru;

Науковий керівник: **Юлія Володимирівна Міронова**– к. е. н., доц. кафедри менеджменту та безпеки інформаційних систем, Вінницький національний технічний університет, Вінниця.

Kuhar Anastasiya V. – Department of Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: nastasya_td@mail.ru;

Supervisor: **Mironova Julia V.**- Cand.Econ.Sci, docent Department of Management and Information Systems Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.

Покращення маркетингової діяльності на вітчизняних підприємствах засобами сучасних інформаційних технологій

Віницький національний технічний університет

Анотація

Стаття присвячена питанням покращення маркетингової діяльності підприємств засобами сучасних інформаційних технологій. Теоретичною і методологічною основою дослідження є фундаментальні положення сучасної економічної науки, праці вітчизняних та зарубіжних вчених. На основі узагальнення наукових праць проведено аналіз стану впровадження маркетингу в діяльність вітчизняних підприємств. Окреслено основні шляхи підвищення ефективності маркетингової діяльності вітчизняних підприємств.

Ключові слова: маркетинг, управління маркетингом, маркетингова діяльність, інтернет, електронні ЗМІ.

Abstract

Article is devoted to improving the marketing activities of enterprises by means of modern information technology. The theoretical and methodological basis of the research lies in the fundamentals of modern economics, laid down in the papers of Ukrainian and foreign scientists. Summarizing the scientific papers it has been analysed the process of marketing implementation into the activities of domestic enterprises. It has been described the basic ways to improve the efficiency of domestic enterprises marketing activities.

Keywords: marketing, marketing management, marketing activities, the Internet, electronic media

Вступ

Процес управління маркетингом охоплює такі сторони діяльності фірми, як організація збуту та його стимулювання, рекламні кампанії й дослідження маркетингу, управління товарами і ціноутворення, тобто фактично всі ті засоби, що впливають на ефективність діяльності підприємства. Ефективність управління маркетинговою діяльністю фірми визначається досягненням концепцією маркетингової взаємодії таких цілей: максимально можливого рівня споживання; максимально ши-рокий вибір товарів, які надаються споживачам; максимальне підвищення якості життя суспільства в цілому та його окремих членів. Інтерес до маркетингової діяльності і, відповідно, зацікавленість у найефективнішому маркетинговому управлінні посилюються в міру усвідомлення все більшою кількістю організацій у сфері підприємництва, міжнародній і некомерційній сферах того, як саме маркетинг сприяє їхній успішній діяльності на ринку.

Результати дослідження

Сьогодні термін «управління маркетингом» визначається як «аналіз, планування, реалізація і контроль за виконанням програм, розрахованих на встановлення, зміцнення й підтримку вигідних обмінів із цільовими покупцями заради досягнення певних завдань організації, таких, як одержання прибутку, ріст обсягу збуту, збільшення частки ринку [1, с. 24]. Таким чином, сутність управління маркетингом полягає в тому, щоб знайти оптимальну кількість клієнтів, необхідних для реалізації всього виробленого фірмою в цей момент обсягу продукції. Завдання управління маркетингом полягає «у впливі на рівень, час і характер попиту таким чином, щоб це допомагало організації в досягненні її цілей» [2, с. 13]. Це означає, що підприємство повинно мати таку маркетингову систему, яка б дозволяла йому максимально точно планувати свою маркетингову діяльність, правильно організовувати роботу відділу маркетингу та контролювати ці процеси.

Враховуючи сучасну ринкову ситуацію рекомендується підприємствам для активізації власної маркетингової діяльності здійснювати заходи щодо вдосконалення основних інструментів маркетингу засобами сучасних інформаційних технологій.

До основних шляхів вдосконалення управління маркетинговою діяльністю підприємств засобами сучасних інформаційних технологій слід віднести:

- Електронні ЗМІ
- Реклама в комп'ютерних іграх
- Інтернет

Переваги реклами на телебаченні:

1. Миттєве та широке охоплення аудиторії;
2. Одночасно візуальний та звуковий вплив на глядача;
3. Можливість вибірково впливати на окрему аудиторію;
4. Можливість показати глядачеві, як він буде себе почувати, придбавши пропонуєний продукт або послугу;
5. Формування довіри до продукту або послуги.

Одним з цікавих підходів до маркетингу є комунікація у соціальних мережах, яка є частиною так званого вірусного маркетингу, яка, по суті, дуже схожа на «усну рекламу». Серед соціальних мереж, які використовуються для цього типу комунікації, можна назвати:

- Facebook
- V Kontakte
- MySpace
- Odnoklassniki.ru

Реклама в комп'ютерних іграх (англ. in-game ad) — відносно новий напрямок реклами. Обсяг ринку ігрової реклами до 2011 року зросте до 971,3 мільйонів доларів. На ньому вже працюють такі компанії, як-от «Double Fusion», «IGA Worldwide», «Mochimedia», «Neoedge Networks» та «Massive Incorporated» («Microsoft»).

Однією з найостанніших концепцій є технологія «AdSense for Games», яка дозволяє інтегрувати відеороліки в комп'ютерні ігри, розроблена рекламною фірмою «Adscape» (належить «Google» з лютого 2007 р.).

Висновки

У результаті проведеного дослідження можна зробити висновки, що в практиці вітчизняних підприємств існує низка недоліків, які знижують ефективність маркетингової діяльності.

Використання засобів сучасних інформаційних технологій дозволяє нам водночас зменшити витрати на рекламу та збільшити кількість переглядів реклами.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Гайдаєнко Т.А. Управление маркетингом: Полный курс MBA / Т.А. Гайдаєнко. – М.: ЭКСМО, 2008. – 480 с.
2. Данько Т.П. Управление маркетингом: Учебник. Изд. 2-е, перераб. и доп. / Т.П. Данько. – М.: ИНФРА-М, 2001. – 334 с.
3. Інтернет сервіс Wikipedia / <https://uk.wikipedia.org/wiki/Маркетинг>

Калінчук Владислав Сергійович — студент групи МОі – 14, факультет менеджменту, Вінницького національного університету, Вінниця, e-mail: kalin4uk.vlad2@yandex.ru

Науковий керівник: **Роїк Олександр Митрофанович** — д. т. н., професор, завідувач кафедри менеджменту та безпеки інформаційних систем Вінницького національного технічного університету

Vladyslav Kalinchuk - student group MOI - 14, Department of Management, National University of Vinnitsa, Vinnitsa, kalin4uk.vlad2@yandex.ru

Supervisor: **Royik Alexander Mitrofanovich** - Dc. Sc., Professor, Head of Department of Management and Information Systems Security Vinnitsia National Technical University

Оцінювання інноваційної привабливості підприємств за допомогою сучасних нейромережових технологій

Вінницький національний технічний університет

Анотація

На сучасному етапі розвитку підприємств і організацій все більшого значення набуває інновативність їх розвитку. Оцінювання і підвищення інноваційної привабливості (ІПП) дають можливість залучення додаткових ресурсів та підвищення конкурентоспроможності підприємств. Застосування математичного апарату для аналізу економічних процесів і явищ, в тому числі інноваційних, дає можливість приймати ефективні управлінські рішення стосовно складних проблем, що відповідають реаліям сьогодення.

Ключові слова: інноваційна привабливість підприємства (ІПП), радіально-базисні функції (РБФ), нейронна мережа.

Abstract

At the present stage of companies' and organizations' development innovative way of their development is becoming increasingly important. Evaluation and improvement of innovation attractiveness (IAE) makes involvement of additional resources and increasing of enterprise's competitiveness enable. The use of mathematical tools for the analysis of economic processes and phenomena, including innovation, makes it possible to make effective management decisions regarding challenges that meet today's realities.

Keywords: innovation attractiveness of enterprise (IAE), radial basis function (RBF), neural network.

Серед науковців, що активно займалися дослідженням питань економіко-математичного моделювання і практичного використання математичних методів в економіці, слід зазначити В. Вітлінського, В. Вовка, В. Гріна, А. Ліщинського, Ю. Лисенко, А. Нестеренко, В. Сиденко та багато інших [1].

Складність оцінювання інноваційної привабливості підприємства полягає в урахуванні впливу вхідних параметрів $Z=(z_n)$, $n=\overline{1,8}$ на множину можливих вихідних рішень $Y=(y_m)$, $m=\overline{1,5}$ за допомогою деякої функції відображення F . Автори пропонують проводити розрахунок оцінки ІПП, що полягає у виборі адекватного рішення з множини рішень $Y=(y_m)$, $m=\overline{1,5}$, описаних певним лінгвістичним термом, шляхом побудови відповідної математичної моделі, що буде відображати залежність $Y=F(Z)$, і набуває вигляду:

$$Z \xrightarrow{F} Y, Z = (z_i), i = \overline{1,59}, Z = f(P), P = (p_j), j = \overline{1,63}, Y = (y_m), m = \overline{1,5} \quad (1)$$

Реалізацію такої моделі автори пропонують здійснювати за допомогою нейронної мережі з радіально-базисними функціями (РБФ), оскільки вона відноситься до мереж прямого поширення і швидко навчається [2]. Окрім цього РБФ має ряд переваг перед іншими мережами прямого поширення. Так, мережі РБФ мають усього один проміжний шар, а параметри лінійної комбінації вихідного шару легко оптимізуються звичайними методами лінійної оптимізації. При цьому в мережах РБФ майже не виникають проблеми з локальними мінімумами, що зазвичай заважають при навчанні мереж з використанням алгоритму зворотного поширення помилки [3].

Мережі з радіально-базисними функціями мають просту архітектуру і високу швидкість навчання. До складу РБФ-мережі входить три шари: вхідний, один прихований шар з радіально-базисними функціями і лінійний вихідний шар. При цьому вхідний шар складається із сенсорів, що з'єднують мережу із зовнішнім середовищем. Нейрони прихованого шару діють за принципом центрування на елементах навчальної вибірки. В якості центрів виступає вагова матриця (W^r). У блоці (dist) відбувається обчислення Евклідової відстані між вхідним вектором (X) і відповідним центром. Навколо кожного центра існує область, що називається радіусом. Радіус (чутливість мережі) коректується за допомогою вектора коефіцієнтів згладжування ($\sigma_1, \dots, \sigma_m$). Функція перетворення

(зазвичай Гаусова), що змінюється в інтервалі від 0 до 1, визначає вихід прихованого шару. Вихідний шар містить звичайні лінійні або сигмоїдні нейрони і шляхом настроювання своїх ваг (W^l) визначає вихід мережі. Схематичне зображення такої мережі наведено на малюнку 1 [4].

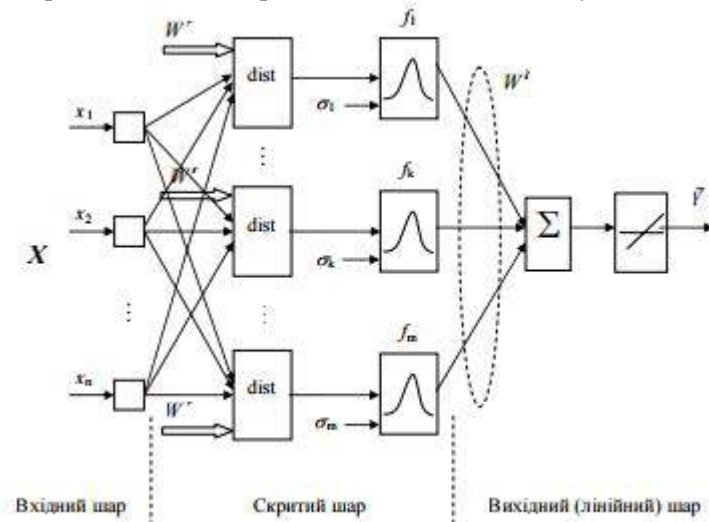


Рисунок 1 – Узагальнена архітектура РБФ-мережі

Для навчання мережі та формування її структури використовується середовище MATLAB, оскільки воно дозволяє швидко і результативно опрацьовувати великі обсяги статистичних даних [5].

Вхідним шаром нейронної мережі слугує множина оцінювальних параметрів $Z = f(P)$, $P = (p_j)$, $j = \overline{1, 63}$. Процес формування такої множини детально описаний у наукових працях авторів.

Другий шар забезпечує перетворення оцінювальних параметрів вхідного шару $Z = (z_i)$ у множину вихідних рішень $Y = (y_m)$, $m = \overline{1, 5}$. Цей процес відбувається на другому – прихованому шарі РБФ-мережі і був описаний авторами вище.

Третій рівень мережі дозволяє співставити образ вхідного вектора $Z = (z_i)$ із найближчим еталонним вектором $U = (u_i)$.

Кожен еталонний вектор U однозначно характеризує конкретний рівень оцінки ІПП – y_s , $s = \overline{1, 5}$, що є виходом системи.

На третьому шарі РБФ-мережі відбувається співставлення вхідного вектору з еталонними зразками, що надаються експертами [6]. Оскільки кількість вхідних параметрів в описаній математичній моделі становить $i = \overline{1, 59}$, то пропонується провести процедуру їх аналізу поетапно у відповідності із наданими вище функціями Z . Так, експертами було складено матриці знань для восьми функцій $Z = f(P)$, $P = (p_j)$, що характеризують різні аспекти діяльності підприємства.

Поведінка РБФ-мережі багато в чому залежить від кількості та положення радіальних базисних функцій прихованого шару. Дійсно, для будь-якого дійсного n -мірного вхідного вектора $z = (z_1, z_2, \dots, z_n)$, вихід мережі визначатиметься таким чином:

$$y_i = \sum_{k=1}^m w_{ik}^t f_k(\text{dist}(z, w_k^r), \sigma_k), \quad (2)$$

де $w_{ik}^t \in W^t$ – ваги лінійного шару;

$w_k^r \in W^r$ – центри радіально-базисних функцій.

Якщо в якості базисної функції використовується функція Гауса, то [4]:

$$f_k(z) = -\frac{\text{dist}(z, w_k^r)^2}{2\sigma_k}, \quad k = \overline{1, n} \quad (3)$$

Навчання РБФ-мережі проводиться за однокроковим або багатокроковим алгоритмом навчання. Однокроковий алгоритм навчання створює мережу РБФ з урахуванням нульової похибки навчальної вибірки. Навчання мережі проводиться за один крок, а її структура формується автоматично в процесі навчання. Однокроковий алгоритм навчання РБФ-мережі не видасть якісний результат у випадку великих розмірів навчальної вибірки, що характерно для реальних задач [5].

Багатокроковий алгоритм навчання формує структуру РБФ-мережі на основі ітеративного підходу. Таким чином, створюється дворівнева мережа. Перший рівень складається з радіально-базисних нейронів і обчислює свої зважені входи за допомогою функції евклідової відстані $dist$, а також свої питомі входи. Другий рівень складається з простих лінійних нейронів ($z = f(z) = y$) і обчислює свій зважений вхід за допомогою відповідної функції, а також свої питомі входи. Функція $dist$ виконує обчислення за формулою:

$$dist = \sqrt{\sum_f (z - w_k^r)^2}, \quad (4)$$

На початку роботи алгоритму радіально-базисний рівень не містить нейронів. Нейрони додаються до прихованого шару до тих пір, поки сума квадратів середньоквадратичних похибок мережі не стане меншою за задане значення або не буде використано максимальну кількість нейронів. В процесі навчання РБФ за багатокроковим алгоритмом формується оптимальна структура нейромережі, яка даватиме більш точний результат із мінімальною похибкою навіть при значному об'ємі навчальної вибірки [5].

Подальша реалізація запропонованої моделі у РБФ-мережі дозволяє швидко і ефективно дати вихідне рішення на основі заданих еталонів. Це суттєво економить час і затрати зусиль персоналу та експертів, а отже і фінансові затрати на таку процедуру.

Список використаних джерел:

1. Мороз О. О., Азарова А. В., Годя К. Методи оцінювання об'єктів інтелектуальної власності // Економічний аналіз №10, випуск 2. – 2012. – с. 422-425.
2. Примак Т. О. Паблік рілейшнз у бізнесі: навч. посіб. — К.: КНЕУ, 2006. - 176 с.
3. Благодирь К. А. Сучасні інформаційні технології // Комп'ютерна інженерія, Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут», 2010.
4. Литвиненко В.І., Фефелов А.О., Дідик О.О. Методологія синтезу колективу радіально-базисних мереж для розв'язання задач класифікації за допомогою алгоритму клонального відбору // Наукові праці Чорноморського державного університету імені Петра Могили. Секція: Комп'ютерні технології. – 2009. – Т. 106, Вип. 93. с. – 114-126.
5. Савка Н.Я. Застосування штучних нейронних мереж з радіально-базисними функціями для розв'язування задач прогнозування // Комунальне господарство міст, 2011. – с. 349-353.
6. Мелихов А.Н. Ситуационные советующие системы с нечёткой логикой // Мелихов А.Н., Берштейн Л.С., Коровин С.Я. - М. : Гл. ред. физ.-мат. лит., 1990. - 272 с.

Азарова Анжеліка Олексіївна, к.т.н., професор кафедри менеджменту та безпеки інформаційних систем, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця
Бондарчук Анна Володимирівна, аспірант кафедри менеджменту та безпеки інформаційних систем, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, storogechka@gmail.com
Azarova Angelika, Ph.D., professor of Management and Security of Information Systems Department, Vinnytsia National Technical University. Vinnitsa
Anna Bondarchuk, PhD student of Management and Security of Information Systems Department, Vinnytsia National Technical University. Vinnitsa, storogechka@gmail.com

ВИКОРИСТАННЯ ІНСТРУМЕНТАРІЮ PERFORMANCE MANAGEMENT ДЛЯ ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ТЕХНОЛОГІЧНИХ ПАРКІВ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Запропоновано використання методичного інструментарію Performance management, зокрема системи збалансованих показників, адаптованого для технологічних парків та інших технопаркових структур у системі контролю та моніторингу їхньої діяльності.

Ключові слова: технологічний парк, ефективність, управління ефективністю, система збалансованих показників.

Abstract

The use of methodological tools of Performance Management, including Balanced Scorecard that is adapted to technological parks and other similar structures, in the system of the control and monitoring of their activities are proposed.

Keywords: technology park, efficiency, performance management, balanced scorecard.

Вступ

Сьогодні набувають актуальності питання запровадження сучасних систем, методів менеджменту у практику управління технологічними парками як представниками соціального бізнесу та елементами інноваційної інфраструктури. Особливої важливості у зв'язку із їх мультифункціональністю та різноманіттям цілей набуває розробка та впровадження відповідних підсистем контролю та моніторингу їх діяльності, оцінка ефективності та доцільності застосування політики державного протекціонізму щодо них, у т. ч. державного фінансування.

Аналіз методичних підходів до визначення ефективності технологічних парків та їхніх функціонально-просторових різновидів свідчить про відсутність єдиної концепції в світі, хоча спроби оцінити результативність технопарків розпочалися ще у 90-х рр. XX ст. та тривали упродовж останніх десятиріч. Найвпливовішими виявились дослідження Д. Сігела [1], М. Скуїссаріні [2], Ч. Монка та К. Пітерс [3], М. Люгера та Х. Гольдштейна [4]. Узагальнюючий аналіз представлений, зокрема, А. Бріггз та С. Уаттом [5], а також Д. Дабровскою [6]. Російська методика є комплексною, враховує три групи критеріїв: кількісні, якісні та макроекономічні, скориговані на вагові коефіцієнти. В Україні з 2007 року відсутня чинна державна методика оцінки ефективності технологічних парків.

Метою роботи є розроблення системи оцінювання ефективності технологічних парків з урахуванням багатовимірності їх цілей та очікуваних екстернальних ефектів, яка б відповідала принципам та підходам сучасного менеджменту.

Результати дослідження

Вимірювання ефективності технопаркових структур має суттєве значення як для державного управління, так і для самого парку, оскільки:

- по-перше, більшість світових наукових і технологічних парків (НіТП) використовують державні системи фінансової підтримки на різному рівні, як загальнодержавному, так регіональному і місцевому, а, отже, підзвітні відповідним органам влади та повинні забезпечувати прозорість своєї діяльності, в т. ч. фінансової;
- по-друге, оцінка НіТП є одним з ключових факторів успіху НіТП для формування іміджу та здійснення PR-компанії для залучення нових клієнтів та партнерів;

– по-третє, оцінка є частиною системи моніторингу результатів діяльності НІТП, що дає можливість визначити ступінь досягнення цілей та виявити необхідність втручання менеджерів на основі використання механізмів зворотного зв'язку.

Загалом, на думку Д. Дрешер, досить складно дати кількісну оцінку фінансовому та економічному внеску технопарку, переважно через те, що відсутнє встановлене визначення успіху чи стандартного способу вивчення його впливу на економіку [7]. Дослідження, в яких намагались вивчити успіх чи провал технопарку, як правило, зосереджені на двох напрямках: вигоди для парку чи суспільства та вигоди, які отримує бізнес, що розташований в парку [5], що свідчить про необхідність врахування низки зовнішніх та внутрішніх цілей технопарку як системи. Слід врахувати також, що технопарки, як правило, створюють умови для інноваційного розвитку, і вже від цих умов залежить результат діяльності інноваційних фірм, тому показники ефективності технопарків повинні будуватись на комплексній оцінці як умов, створених в технопарку, так і результатів діяльності фірм, що в ньому знаходяться, як зазначено у Н. Гаврилової [8]. При розробці системи оцінювання слід врахувати також стадію розвитку парку та можливість її використання для здійснення порівнянь із показниками інших об'єктів інноваційної інфраструктури та споріднених за суспільно-економічними показниками регіонів, які не мають у своєму складі технопарків. Більшість дослідників технопарків в світі переконані, що цілі та задачі створених парків суттєво різняться, що значно обмежує можливості оцінки та порівняння результатів їх діяльності. Аналіз ускладнюється також через те, що існують особливості цілей та впливів на економіку регіону в залежності від конкретного етапу розвитку парку.

На наш погляд, внаслідок застосування сучасних підходів до менеджменту технопаркових структур, відповідної процедури встановлення їхніх цілей, особливого підходу вимагає й система оцінювання, яка має бути реалізована відповідною системою контролю та моніторингу результатів діяльності ТПС. Стає очевидним, що найбільше такому підходу відповідає логіка та інструментарій управління за цілями (Management by Objectives – MBO) та управління ефективністю (Performance Management – PM), який офіційно трактують також як «управління результативністю». Вони у більшості є досить новими і практично спрямованими. Вони розроблені, апробовані та імplementовані іноземними практикуючими консалтинговими групами з комерційною метою. У вітчизняній практиці їх використовують переважно міжнародні та транснаціональні компанії у рамках власних систем менеджменту, отже, конкретні моделі менеджменту, з огляду на їх важливість для забезпечення ефективності бізнесу та конкурентних переваг, часто залишаються комерційною таємницею організацій, що їх розробляють та впроваджують. Найбільш ефективною і працездатною в даний час і при поточній економічній ситуації Консалтингова Група «BI TO BE» (Росія) вважає методику Business Performance Management (управління ефективністю бізнесу), головним і основним елементом якої є система збалансованих показників (Balanced Scorecard) Д. Нортон і Р. Каплана [9].

Управління ефективністю або управління продуктивністю (Performance Management) останнім часом набуло популярності у корпоративному бізнесі. У літературі можна зустріти кілька англomовних термінів, що відображують те саме поняття: BPM (Business Performance Management); CPM (Corporate Performance Management) та EPM (Enterprise Performance Management) [10].

У [11] з посиланням на Р. Каплана [12] підкреслюється, що Performance Management у визначенні Р. Каплана – це використання інформації про ефективність в досягненні цілей організації, по-перше, для кращого доведення цих цілей до відома всіх співробітників, по-друге, для перевірки виконання цих цілей і, по-третє, для об'єднання зусиль усіх частин організації навколо досягнення цих цілей.

Цикл управління ефективністю – це цикл управління зі зворотним зв'язком, що припускає рух інформації «згори донизу» і «знизу вгору». Рух «згори донизу» передбачає, що керівництво починає з визначення стратегії, яку необхідно транслювати у виконуваних поняття, які в свою чергу, необхідно знову перевести в поняття операційного середовища. Рух «знизу вгору» передбачає, що після виконання керівництву необхідно ідентифікувати результати, які необхідно перетворити, щоб оцінити реальні витрати і прибутковість, і, на завершення, помістити ці результати в контекст стратегії з тим, щоб їх можна було інтерпретувати в термінах досягнення поставлених цілей [13].

Є. Креславський, директор інституту «Новые возможности» (Росія), у [14] пропонує трактування терміну Performance management як управління результативністю, і зазначає, що «управління результативністю – це система, що представляє собою комплекс процесів і інструментів:

- постановку цілей (від стратегічних цілей компанії до індивідуальних цілей працівників);
- критерії для оцінки ефективності діяльності;
- компетенції;

- контроль за результатами;
- оцінку;
- планування мотиваційних заходів відповідно до результатів роботи співробітників;
- планування кар'єри працівників».

З огляду на досліджені мультифункціональні цілі та задачі парків нами розроблені цілі НІТП та завдання (критеріальну основу для проведення оцінки ступеня досягнення цілей), які можуть бути покладені в основу методики оцінки успішності усіх ТПС.

Запропонована система містить чотири групи цілей:

- 1) соціально-економічні;
- 2) соціальні;
- 3) науково-технічні;
- 4) інституційні [15].

Така система забезпечить багаторівневу систему цілей як базу в системі управління ефективністю та можливості для порівняння результатів роботи технологічних парків як у часі, так і з іншими елементами інфраструктурного забезпечення інноваційних процесів.

Висновки

Встановлено, що запропонований підхід дозволяє підвищити якість управління технологічними парками за рахунок застосування сучасних методів та прийомів менеджменту та одержання адекватних даних результатів оцінювання їхньої діяльності. Система оцінювання на основі збалансованої системи показників, адаптованої з урахуванням особливостей технопаркових структур, є невід'ємною складовою системи управління їх ефективністю. Вона забезпечує неперервність процесу управління технопарками за рахунок реалізації тісного зв'язку між функціями планування, організації, мотивації та контролю в системі Performance Management та відповідність особливим потребам технопаркових структур як соціального бізнесу та цілям об'єктів інноваційної інфраструктури.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Siegel D. S. Assessing the impact of University Science parks on research productivity / D. S. Siegel, P. Westhead, M. Wright // *Exploratory firm-level evidence from the United Kingdom*, International Journal of Industrial Organization, 21. – 2003. – P. 1357–1369.
2. Squicciarini, M. (2008) Science Parks' tenants versus out-of-Park firms: who innovates more? A duration model / Mariagrazia Squicciarini // *The Journal of Technology Transfer*. – 2008 vol. 33 (1). – P. 45–71.
3. Monck C. Science Parks as an Instrument of Regional Competitiveness: Measuring Success and Impact [Електронний ресурс] / Charles Monck, Kathrin Peters. – IASP 2009 Conference. – Режим доступу : <http://www.sqw.co.uk/files/8113/8712/8061/57.pdf>. – Назва з екрану.
4. Luger M. I. Technology in the Garden [Електронний ресурс] / M. I. Luger, H. A. Goldstein // The University of North Carolina Press; Chapel Hill, UNC Press. – 1991. – Режим доступу : http://books.google.com.ua/books?id=Fdmj3_XcqmMC&pg=PA130&hl=ru&source=gbp_toc_r&cad=4#v=onepage&q&f=false. – Назва з екрану.
5. Briggs A. T. Evaluation [Електронний ресурс] / Anne Theodore Briggs, Stephen Watt / A. T. Briggs. – Режим доступу : <http://www1.american.edu/carmel/ab5293a/Background.gif>.
6. Dabrowska J. Measuring the success of science parks: performance monitoring and evaluation [Електронний ресурс] / Justyna Dabrowska. – 2/18/2011. – Режим доступу : http://portal.pmf.sc.gov.br/arquivos/arquivos/pdf/08_07_2011_16.28.06.346a693b4baaca30ad620164d8186c1d.pdf. – Назва з екрану.
7. Drescher D. M. Research Parks: A Brief Overview of Research Parks for Economic Developers [Електронний ресурс] / D. M. Drescher. – Режим доступу : <http://www.unc.edu/depts/dcrpweb/courses/261/drescher/index.html>.
8. Гаврилова Н. М. Технопарки в мире и в России [Електронний ресурс] / Н. М. Гаврилова // ЭКО: всероссийский экономический журнал. – 2012. – № 10. – Режим доступу : <http://ecotrends.ru/rubriki/731-innovacii/1412-2012-09-11-06-32-30>.

9. Система управления эффективностью персонала : Методическое пособие Консалтинговой группы ВІ ТО ВЕ [Электронный ресурс]. – Санкт-Петербург. – 2012. – Режим доступа: http://www.bitobe.ru/tpl/docs/pdf/upravlenie_effektivnistiyu_personala.indd.pdf.
10. Исакова Д. В. Система управления по целям / Д. В. Исакова // Научные записки НГУЭУ. – 2010. – № 1.
11. Момот А. И. Концепция Business performance management как метод повышения эффективности деятельности предприятия / А. И. Момот, Ю. О. Дреко, П. И. Самойлов. // [Проблемы розвитку та впровадження систем управління, стандартизації, сертифікації, метрології в регіонах України: Матеріали І Всеукраїнської науково-практичної та студентської конференції]. – Донецьк: ДонНТУ, 2011. – С. 198–201.
12. Интервью с Р. Капланом [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://old.executive.ru/publications/aspects/bsc/article_2109. – Назва з екрану.
13. Управление эффективностью организации. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A3%D0%BF%D1%80%D0%B0%D0%B2%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5_%D1%8D%D1%84%D1%84%D0%B5%D0%BA%D1%82%D0%B8%D0%B2%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%8C%D1%8E_%D0%BE%D1%80%D0%B3%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D1%86%D0%B8%D0%B8. – Назва з екрану.
14. Управление результативностью (Performance Management) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.noi.ru/praktiki/upravlenie-rezultativnostyu-performance-management>. – Назва з екрану.
15. Буреннікова Н. В. Вимірювання ефективності функціонування технологічних парків [Електронний ресурс] / Н. В. Буреннікова, О. О. Мороз, І. В. Романець // Електронне фахове видання «Ефективна економіка». – Дніпропетровський державний аграрно-економічний університет. – 2014. – № 11. – ISSN 2307-2105. – Режим доступа : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3486>.

Романець Ірина Вікторівна — асистент кафедри підготовки менеджерів, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: romanets_i@mail.ru.

Romanets Irina V. — tutor of the Chair of Training Managers, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: romanets_i@mail.ru.

КОМПЛЕКСНИЙ АНАЛІЗ СУЧАСНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ СИТУАЦІЇ В УКРАЇНІ

¹ Вінницький національний технічний університет

Анотація

Проаналізовано динаміку основних макроекономічних показників рівня соціально-економічного розвитку України за період 2008-2015 рр., що дозволило оцінити реальну економічну ситуацію у країні.

Ключові слова: економіка, інфляція, валовий внутрішній продукт, валовий зовнішній борг, реальна зарплата, макроекономічні показники, девальвація, промислове виробництво.

Abstract

The analysis of basic macroeconomic indexes, which characterized the level of socio-economic development of Ukraine for the 2008-2015 period is carried out. The estimation of the real economic development of Ukraine is realized.

Keywords: economy, inflation, gross domestic product, gross external debt, real wages, macroeconomic indicators, depreciation, manufacturing.

Вступ

Сьогодні в умовах нестабільного ринкового середовища, яке характеризується невизначеністю та підвищеною турбулентністю, прийняття управлінських рішень відбувається здебільшого під впливом значної кількості дестабілізуючих чинників. Оцінка рівня соціально-економічного розвитку країни, аналіз зовнішніх і внутрішніх чинників, дозволяють швидко і якісно відреагувати на зміни зовнішнього середовища. Розуміючи актуальні ринкові тенденції, суб'єкти господарювання можуть коригувати стратегічні плани відповідно до поточної ринкової ситуації.

Метою роботи є аналіз основних показників, що характеризують сучасний стан розвитку економіки України.

Результати дослідження

На сучасному етапі розвитку економіка України перебуває в стані рецесії (у перекл. з лат. Recessus — відступ), що постійно поглиблюється. На це вказують високочастотні індикатори системи макроекономічних показників, які характеризують інституційне середовище в Україні. Так, у «Меморандумі про економічну та фінансову політику» викладено такі його характеристики [1]:

1. Економічна активність послаблюється, а ескалація конфлікту на сході посилює невизначеність. В результаті промислове виробництво і будівництво надалі скорочуються, зростання роздрібно торгівлі уповільнилось, знизилась підприємницька активність.

2. Дефіцит поточного рахунку швидко скорочується, однак ситуація з платіжним балансом складається не так добре, як очікувалося. Заходи, що вживаються НБУ, і надходження міжнародної фінансової допомоги, час від часу зменшують волатильність гривні, але періодичне загострення напруженості у царині державної безпеки зумовлює поновлення тиску на обмежений курс.

3. Інфляція споживчих цін прискорилась, що стало відображенням швидкого перенесення («pass-through») знецінення валюти і зростання адміністративних цін.

Як відомо, уповільнення темпів зростання виробництва, безробіття та інфляція, зростання цін, зниження життєвого рівня населення, падіння курсу національної валюти є ознаками нестабільної економіки.

Автори джерела [2] серед ознак нестабільного ринкового середовища називають невизначеність і турбулентність. На їх думку невизначеність середовища характеризується впливом великої кількості факторів різноманітної природи та спрямованості, які не можуть бути об'єктивно оцінені та враховані у кількісному виразі, оскільки постійно змінюються.

Серед макроекономічних показників, які характеризують стан економіки, проаналізуємо наступні (табл 1):

- ВВП України;

- зовнішній борг;
- індекс інфляції;
- індекс промислового виробництва
- кількість населення, рівень безробіття.

Таблиця 1 - Основні макроекономічні показники України за 2008-2015 рр [3].

Роки	Номінальний валовий внутрішній продукт, ВВП, млн. дол. США	Валовий зовнішній борг, ВВБ, млн.дол. США	Співвідношення ВЗБ/ВВП, %	ВВП на душу населення, дол. США / відносне відхилення до показника минулого року, %	Кількість населення, тис осіб/ Безробітне населення, тис. осіб
2008	179992	79955	56,0%	3891,0/+26,8	46258,2/1424,0
2009	117228	101659	56,5%	2545,5/-34,6	46053,3/1956,6
2010	136419	103396	88,2%	2974,0/+16,8	45870,7/1784,2
2011	163160	117343	86,0%	3570,8/+2,1	45693,3/1731,7
2012	175781	126236	77,4%	3856,8/+8,0	45576,7/1656,6
2013	183310	135065	76,8%	4030,3/+4,5	45482,7/1576,4
2014	131805	142079	77,5%	3014 ,6/-25,2	43721,8/1847,1
2015	-	126308	95,8%	-	-

За офіційними даними Міністерства фінансів України у 2009 році значення номінального валового внутрішнього продукту сягнуло свого мінімального значення за період 2008-2014 рр. З 2010 р. до 2013 р. показник показує позитивну динаміку, але у 2014 р. спостерігається стрімке падіння обсягів ВВП, зменшення становить 28,1% порівняно з 2013 р. При цьому, валовий зовнішній борг України за період 2008-2015 рр. постійно зростає. Співвідношення валового зовнішнього боргу до валового внутрішнього продукту показує, що у 2014 році величина зовнішнього боргу перевищила обсяги ВВП, що ставить під загрозу економічну незалежність України. Як відомо, зростання зовнішнього боргу в умовах припинення росту або падіння ВВП означає, що обслуговування державного боргу здійснюється переважно за рахунок накопичення та споживання, тобто за рахунок зниження життєвого рівня населення.

Негативну тривалу тенденцію показують і показники загальної чисельності населення України та рівня безробіття: за останніх 5 років чисельність населення зменшилась на 5%, тоді як рівень безробіття лише у 2014 році зріс на 26% у порівнянні з 2013 роком.

Стрімке зростання цін на споживчі товари і послуги стало причиною до переходу в режим інфляційного таргетування. Це в свою чергу спричинило підвищення облікової ставки НБУ та дефіцит кредитних ресурсів. В таких умовах зазвичай відбувається уповільнення зростання виробництва або його спад. Динаміка індексу промислового виробництва в Україні з 2011 року до 2015 року вказує на падіння обсягів промислового виробництва (рис. 1).

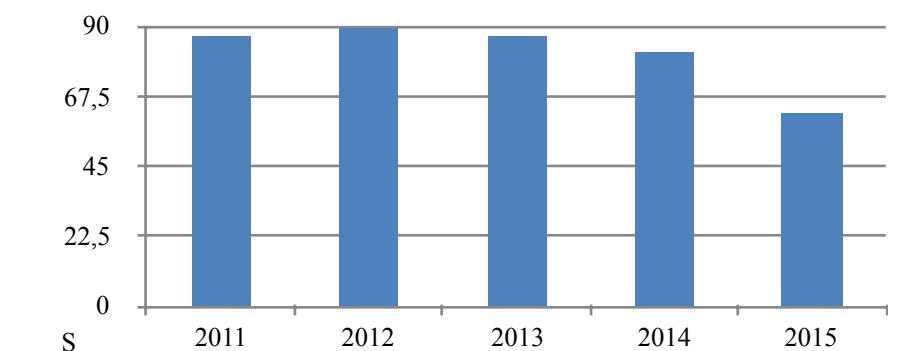


Рис. 1 – Динаміка індексів промислового виробництва за 2011-2015 рр. (наростаючим підсумком, %) [3]

Падіння обсягів виробництва також пояснюється зменшенням попиту, що викликане зниженням рівня купівельної спроможності населення.

Індекс реальної зарплати характеризує зміну купівельної спроможності номінальної зарплати. Так, індекс реальної зарплати в Україні на кінець 2015 року склав 115,2 % [3]. На рис. 2 наведено графік динаміки індексу інфляції і реальної зарплати в Україні з 2010 року до 2016 року нарастаючим підсумком.

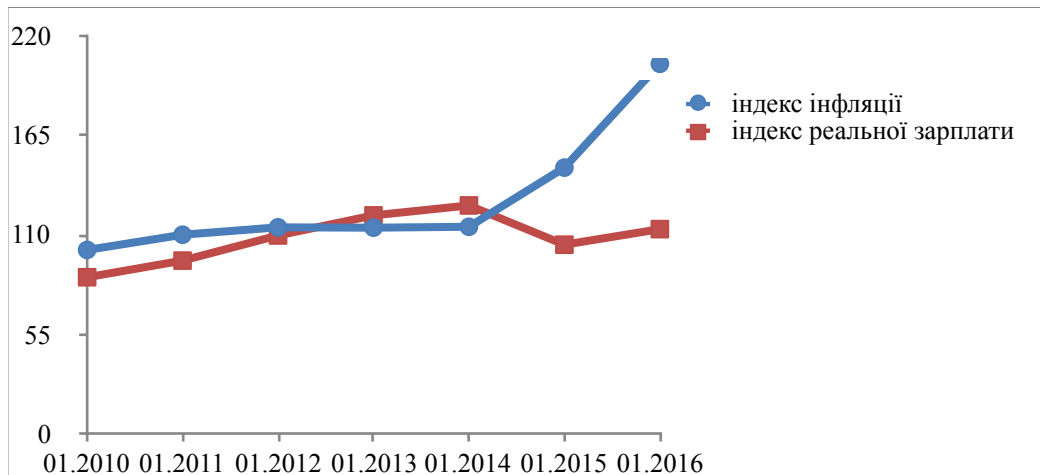


Рис. 2 - Динаміка індексів інфляції і реальної зарплати в Україні з 2010 р по 2016 р (наростаючим підсумком), %

Отже, реальні доходи населення зменшились, на що вказують значення індексів реальної зарплати у 2015-2016 рр. Проблема поглиблюється ще й стрімким зростанням рівня інфляції, що досяг свого критично високого значення у 2016 році. Інфляція такого рівня з одного боку знецінює результати праці, з іншого - послаблює національну валюту, провокує відтік національного капіталу за кордон, стимулює падіння ВВП, а отже унеможливорює економічне зростання.

Падіння української економіки спричиняє взаємодія зовнішніх та внутрішніх чинників. Основними зовнішніми чинниками негативного впливу є ведення війни на території держави, серед внутрішніх можна виділити: відсутність комплексного підходу уряду до покращення макроекономічних показників, поєднання і взаємне підсилення яких призводить до негативних ефектів розвитку економіки. В результаті відбувається стрімке падіння ВВП і прискорюються темпи інфляції. Економіка України знаходиться в стані довготривалої рецесії, що потребує від держави виваженої економічної політики [4].

Висновки

Сьогодні економіка України перебуває в стадії глибокої кризи, на що вказують такі ознаки: низький зовнішній і внутрішній попит, викликаний гальмуванням економічного зростання; зниження купівельної спроможності населення внаслідок зменшення реальних доходів; зростання рівня інфляції і безробіття, відтік інвестицій та ін.

Державі доведеться вирішити широкий спектр невідкладних проблем, пов'язаних з розробкою ефективної моделі антикризового регулювання економічних відносин, щоб максимальною мірою пом'якшити наслідки негативних впливів та розбалансованості механізмів регулювання економічної політики [4].

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Меморандум про економічну та соціальну політику. Електронний ресурс [Режим доступу: <http://www.bank.gov.ua/doccatalog/document?id=10315035>]
2. Сімченко Н.О. Стратегії розвитку підприємств в умовах нестабільного ринкового середовища / Н.О. Сімченко, Г.А. Мохонько // Економіка Криму, №2(35). - 2011, с. 208-211.
3. Фінансовий портал Міністерства фінансів України [Режим доступу: www.minfin.com.ua]
4. Яблонська А. Комплексна оцінка економічної ситуації в Україні у 2014-2015 рр. / Free Voice information Analysis Center, 2015 [Режим доступу: www.iac.org.ua]

Алла Станіславівна Краєвська — канд. екон. наук, доцент кафедри підготовки менеджерів, Вінницький національний технічний університет

Alla S. Krajevskaya — Sc. (Econ.), Assistant Professor of the Chair of Managers Training, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia

Економічний потенціал альтернативної енергетики в Україні

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Розглянуто сучасний стан, проблемні аспекти та перспективи розвитку альтернативної енергетики в Україні.

Ключові слова: економічний потенціал, альтернативна енергетика, відновлювальна енергетика, енергетичний потенціал.

Abstract

The modern state, problem aspects and development prospects of alternative energy in Ukraine are considered.

Keywords: economic potential, alternative energy, renewable energy, energy potential.

Вступ

Виробництво енергії в Україні базується на переважному використанні вугілля, атомної енергії та природного газу. Проте традиційні шляхи отримання електроенергії є не завжди екологічно безпечними. Крім того Україна має значний потенціал для використання відновлюваних джерел енергії. Тому вітчизняна енергетика, на нашу думку, повинна розвиватися у першу чергу в напрямку впровадження безвідходних технологій використання палива і розробки альтернативних "чистих" джерел енергії.

Україна має значні ресурси для розвитку відновлюваної енергетики – річки з потужним гідрологічним енергетичним запасом, гори та морські узбережжя для встановлення вітрових агрегатів, тривалий сонячний період в році, значні сільськогосподарські площі для вирощування біопаливних культур. Все це у поєднанні із сприятливим законодавством та «зеленими» настроями суспільства дозволить Україні досягти енергетичної незалежності та економічного зростання.

Результати дослідження

В умовах гострого дефіциту власних енергоносіїв, постійного зростання потреб у паливних ресурсах та їх вартості, залежності України від імпорту енергопалива з інших країн світу проблеми енергетичної безпеки набувають усе більшої актуальності та потребують пошуку ефективних шляхів їх вирішення [5].

В даний час виробництво відновлюваної енергії – у статистиці і в прямому порівнянні з іншими виробничими технологіями – пов'язане з вищими витратами, ніж виробництво електроенергії з вуглецевого палива або за допомогою ядерної енергії. Це впливає, головним чином, з більших обсягів інвестицій на вироблену одиницю енергії, зумовлених нижчими коефіцієнтами корисної дії та – як, зокрема, у випадку з вітром – меншою кількістю годин повного навантаження [2]. Проте на довготривалу перспективу альтернативна енергетика є ефективною як в екологічному, так і в економічному аспектах.

Сектор відновлюваних джерел енергії в Україні є недостатньо розвиненим, оскільки частка відновлюваної енергії в загальному енергоспоживанні становить лише близько 3 %. Винятком є використання великих гідроелектростанцій, їх частка становить 7 % від загального енергоспоживання [2].

За дослідженнями, проведеними Агенством з питань забезпечення ефективності використання енергетичних ресурсів, потенціал альтернативної енергетики в Україні є значним, проте українське енергопостачання на 84 % базується на викопних енергоносіях.

Україна має великий технічно-досяжний потенціал вироблення енергоносіїв з відновлюваних джерел енергії та альтернативних видів палива, який становить понад 98,0 млн. т у. п. (умовного палива) на рік (табл. 1) [1].

Таблиця 1 – Потенціал альтернативної енергетики України

Напрями освоєння ВДЕ	Річний технічно-досяжний енергетичний потенціал, млн т у. п.
Вітроенергетика	28,0
Сонячна енергетика, в тому числі	6,0
- електрична	2,0
- теплова	4,0
Мала гідроенергетика	3,0
Біоенергетика, в тому числі:	31,0
- електрична	10,3
- теплова	20,7
Геотермальна теплова енергетика	12,0
Енергія довкілля (теплові насоси)	18,0
Загальний обсяг заміщення традиційних ПЕР	98,0

Станом на 1 квітня 2015 року в Україні встановлена потужність об'єктів відновлюваної енергетики, яким надано «зелений» тариф, становить 1469,21 МВт (табл. 2) [1].

Таблиця 2 - Встановлена потужність та обсяги виробленої електроенергії об'єктами відновлюваної енергетики, що працюють за «зеленим» тарифом, у 2015 році

Напрями відновлюваної енергетики	Загальна кількість об'єктів відновлюваної енергетики	Встановлена потужність, МВт		Вироблено електроенергії у 2015 році, млн кВт*год.
		станом на 01.04.15	введена у 2015 році	
1. Вітроенергетика	21	513,893	0	314,672
2. Сонячна енергетика	102	824,722	5,774	75,067
3. Мала гідроенергетика	105	81,385	1,288	66,999
4. Біомаса	5	35,2	0	20,121
5. Біогаз	9	13,858	0	11,364
Всього	242	1 462,168	7,062	488,223

Виробництво теплової енергії об'єктами відновлюваної енергетики дало можливість замінити 253 млн м³ природного газу. Річний технічно-досяжний енергетичний потенціал енергії довкілля в Україні є еквівалентним 12,6 млн т н.е. (нафтового еквіваленту), а його використання дозволяє заощадити біля 15,6 млрд м. куб. природного газу. За різними оцінками, економічно-доцільний енергетичний ресурс термальних вод України становить до 8,4 млн т н.е./рік. Станом на 2015 рік в Україні діяло 102 МГЕС із загальною встановленою потужністю близько 80 МВт, якими вироблено у 2015 році 251 млн кВт*год [1].

На 01.01.15 року в Україні діяло 98 сонячних станцій загальною встановленою потужністю 819 МВт, якими у 2014 році вироблено 485 млн кВт год електричної енергії.

В Україні на великих свинарських та птахівницьких підприємствах щорічно утворюється більше 3 млн т органічних відходів (за сухою речовиною), переробка яких дасть змогу отримати близько 1 млн. т у.п. у вигляді біогазу, що еквівалентно приблизно 8 млрд кВт год електроенергії. Водночас в Україні є наявні близько 2 млн негазифікованих сільських садиб [4].

Щорічно в Україні для виробництва енергії використовується близько 2 млн т у.п./рік біомаси різних видів. На деревину припадає найвищий відсоток використання економічно доцільного потенціалу – 80%, тоді як для інших видів біомаси (за винятком лушпиння соняшника) цей показник на порядок нижче. Найменш активно (на рівні 1%) реалізується енергетичний потенціал соломи зернових культур та ріпаку.

Річний технічно-досяжний енергетичний потенціал твердої біомаси в Україні є еквівалентним 18 млн т н.е., а його використання дає змогу щорічно заощаджувати близько 22 млрд м. куб. природного газу. Найбільший потенціал твердої біомаси зосереджений у Полтавській, Дніпропетровській, Вінницькій та Кіровоградській областях і становить понад 1,0 млн т н.е./рік.

Річний технічно-досяжний енергетичний потенціал рідкого біопалива в Україні є еквівалентним 1 млн т н.е. Його використання дає змогу щорічно заощаджувати близько 1,2 млрд м. куб. природного газу. Найбільший потенціал рідкого біопалива зосереджений у Вінницькій та Полтавській областях, де він становить понад 90 тис т н.е./рік [1].

Крім того, за інформацією Національної комісії з регулювання енергетики (НКРЕ) станом на 1 січня 2015 р. в Україні налічується 885 об'єктів, які виробляють теплову енергію з відновлюваних джерел, встановленою потужністю 1558,6 МВт, зокрема: сонячної енергетики – 0,8 МВт; теплових насосів – 5,5 МВт; біоенергетики – 1552,3 МВт [3].

Висновки

Отже, територія України сприятлива для використання альтернативних джерел енергії, потенціал яких використовується незначною мірою. Україна має найбільші перспективи щодо виробництва рідких біопалив, розвитку геотермальної енергетики.

Альтернативні джерела енергії можуть компенсувати недоліки існуючої енергетичної системи, адже запаси енергії сонця, води, вітру та біологічної сировини в країні практично невичерпні та сприятимуть економічному зростанню за рахунок скорочення витрат на енергію в усіх сферах господарювання. Крім того, це має привести до скорочення викидів вуглекислого газу, адже альтернативні джерела енергії значно зменшують його викиди, сприяють вирішенню проблем щодо охорони довкілля та покращують екологічну ситуацію в державі [3].

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Офіційний сайт Державного агентства з енергоефективності та енергозбереження України [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://saee.gov.ua/uk>
2. Майсснер Ф. Розвиток відновлюваних джерел енергії в Україні: потенціал, перешкоди і рекомендації щодо економічної політики / Франк Майсснер і Фалько Укердт. - Berlin Economics, 2010. - 41 с.
3. Волошин О.Л. Розвиток альтернативної енергетики в Україні: сучасний стан та результативність механізмів державного регулювання / О.Л. Волошин // Університет цивільного захисту України, Харків. - 2015. - 6 с.
4. Півняк Г.Г. Альтернативна енергетика в Україні: монографія / Г.Г. Півняк, Ф.П. Шкрабець; Нац. гірн. ун-т. Д.: НГУ, 2013. – 109 с.
5. Римар, М. В., А. С. Краєвська, and І. С. Дулін. "Екологічна безпека видобування сланцевого газу в Україні." *Регіональна економіка* 4 (2012): 109-114.

Панькевич Анна Сергіївна – студентка групи Еко-12, Інститут екологічної безпеки та моніторингу довкілля, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: annpankevich@gmail.com

Науковий керівник: Краєвська Алла Станіславівна - кандидат економічних наук, доцент кафедри підготовки менеджерів, Вінницький національний технічний університет, Вінниця.

Pankevych Anna - Institute for Environmental Security and Environmental Monitoring, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: annpankevich@gmail.com

Supervisor: Kraevska Alla - Cand. Sc. (Econ.), Assistant Professor of the Chair of Managers Training, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.

ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ БЕЗВІДХОДНИХ І МАЛОВІДХОДНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Розглянуто еколого-економічні аспекти використання безвідходних та маловідходних технологій у виробництві.

Ключові слова: безвідходні виробництва, економічна ефективність, відходи, технології.

Abstract

Ecological and economic aspects of waste and low-waste technologies in production are considered.

Keywords: non-waste production, economic efficiency, waste, technology.

Вступ

Сучасний стан розвитку більшості підприємств виробничої галузі характеризується нераціональним використанням ресурсів. Це призводить до того, що у виробництві накопичуються відходи, які є частиною сировини або продуктів життєдіяльності, що за різних причин не реалізуються у виробництві.

Нераціональне використання природних ресурсів, забруднення навколишнього середовища, накопичення відходів стає проблемою всієї країни на шляху до її економічного розвитку та зростання добробуту населення.

Тому надзвичайної актуальності набуває питання розроблення безвідходних технологій та ефективного впровадження безвідходного виробництва на підприємствах.

Результати дослідження

Безвідходна технологія - це такий принцип організації виробництва, при якому цикл «первинні сировинні ресурси - виробництво - споживання вторинні сировинні ресурси» побудований з раціональним, комплексним використанням всіх компонентів сировини і всіх видів енергії. У визначенні безвідходної технології мається на увазі не тільки виробничий процес. Це поняття зачіпає і кінцеву продукцію, яка повинна характеризуватися: довгим терміном служби виробів, можливістю багаторазового використання, легкістю повернення у виробничий цикл або переведення в екологічно нешкідливу форму після виходу з ладу.

Безвідходне виробництво являє собою сукупність організаційно-технічних заходів, технологічних процесів, обладнання, матеріалів, що забезпечують максимальне і комплексне використання сировини і дозволяють звести до мінімуму негативний вплив відходів на навколишнє середовище. Безвідходна модель виробництва є певною ідеальною конструкцією.

Безвідходне виробництво передбачає встановлення повного контролю над рухом матеріальних ресурсів на всіх стадіях: видобутку сировини, її виробничої переробки, споживання, утилізації відходів виробництва і споживання [1].

На сьогоднішній день в Україні кожен рік у сховищах, на полігонах, накопичується більш як 1,5 млрд. тонн відходів. Вони накопичуються у вигляді шламосховищ, териконів, відвалів, різних звалищ. Загальний обсяг їх накопичення на території України сягає 30 млрд. тонн, а площа земель, зайнята під відходи, складає біля 130 тис. га. Разом в Україні у розрахунку на 1 км² її території накопичено близько 5 тис. токсичних відходів, а на душу населення – близько 100 т. Багаторічна енергетико-сировинна спеціалізація, а також низький технологічний рівень промисловості України висунули її до числа країн з найбільш високими абсолютними обсягами утворення та накопичення відходів [2].

Відходи виробництва – усе те, що утворюється в процесі виробництва чи після завершення його циклу, крім продуктів у вигляді енергії чи речовини. Відповідно до цього визначення до відходів виробництва відносяться залишки багатокomпонентної природної сировини після витягу з неї цільового продукту (рис. 1).

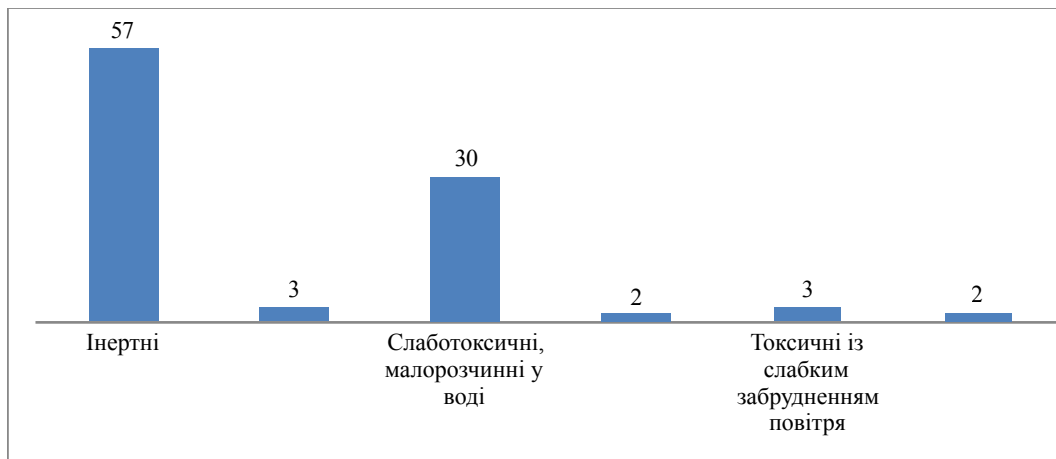


Рис. 1 – Класифікація відходів

Для вирішення цієї проблеми Урядом України прийнято ряд заходів щодо підтримки розвитку безвідходного виробництва. У 2003 році було прийнято Закон „Про альтернативні джерела енергії”. Крім того в проекті „Енергетичної стратегії України до 2030 року і на подальшу перспективу” зазначається, що з 2011-го по 2020 рр. обсяг інвестицій сягне 31,1 млрд.грн. і в 2021-2030 роках – 40,6 млрд.грн. Частка відновлюваної енергії в загальному паливно-енергетичному балансі країни повинна зрости приблизно до 10 % на рівні 2030-го року.

Широке застосування у всіх галузях народного господарства ресурсозберігаючих технологій може стати вирішальним фактором поліпшення екологічної ситуації у країні. Ці технології, окупаючись в короткий термін, здатні забезпечити найбільший вихід кінцевого продукту у розрахунку на одиницю вихідної сировини на одиницю трудовитрат. Однак залучення у виробничий процес вторинних матеріальних ресурсів, не зважаючи на доцільність, сьогодні стримується економічними можливостями суспільства [3].

Наразі невпинне зростання потреб людства супроводжується утворенням все більшої кількості промислових відходів. Прямий вихід у технологічному ланцюгу "сировина - цільовий продукт" рідко перевищує 10 %. Так, наприклад, з 1 т руди виходить 100 кг "цільового продукту" і 900 кг "марного продукту".

Особливо багато твердих відходів утворюється в результаті діяльності чорної та кольорової металургії, гірничодобувної, енергетичної, лісопереробної та інших галузей. На підприємствах чорної металургії держав СНД використовується тільки 5 % обсягу розкритих порід; у відвалах нагромадилося 400 млн т доменних та сталеплавильних шлаків. До цієї кількості ще щорічно додаються десятки мільйонів тонн шлаків та сотні мільйонів тонн відходів збагачувальних фабрик. Заводами калійних добрив накопичено 500 млн т галітових відходів, кількість яких щороку збільшується на 10 %. Лісозаготівельні підприємства накопичили понад 200 млн м³ деревної кори. Багато відходів дає енергетична промисловість. Так, при роботі протягом однієї доби ТЕС середньої потужності (1 ГкВт) потрібно 10 тис. т вугілля і утворюється 1 тис. т шлаку і золи, під відвал яких вимагається площа 1 га в рік. На частку відходів гірничодобувної промисловості припадає 70-75% всіх відходів у народному господарстві, а використовуються вони дуже мало [4].

При вирішенні проблеми безвідходності виробництва слід мати на увазі дві сторони єдиного процесу. Перше – це найбільш раціональний видобуток та повне використання ресурсів і як наслідок зменшення утворення відходів. Друге – це розширення використання відходів, що утворюються. Ці шляхи повинні не виключати, а взаємно доповнювати один одного.

Поняття безвідходних технологій дещо умовне, оскільки повної безвідходності досягти практично неможливо. Коректніше буде говорити про маловідходні технології. При цьому мається на увазі можливість створення технологічних систем, вплив яких на природу не перевищуватиме її відновлювального потенціалу.

В основу концепції безвідходних технологій покладено три основні положення, а саме:

- створення максимально замкнених систем, організованих за аналогією з природними екосистемами;
- раціональне використання всіх компонентів сировини;
- неминучі впливи на навколишнє середовище не повинні порушувати його функціонування [5].

Оцінюючи економічні та соціальні характеристики безвідходного виробництва, доцільно виділити наступні цілі, які можуть бути досягнуті в результаті його впровадження: найбільш раціональне використання природних ресурсів; охорона навколишнього середовища від забруднення і деградації; комплексне використання всіх матеріальних ресурсів, що залучаються у народногосподарський оборот.

Введення в експлуатацію технологій безвідходного виробництва тягне за собою певні матеріальні витрати. На думку експертів, для багатьох підприємств охорона навколишнього середовища вимагає істотних витрат і на даному етапі вони не готові терпіти збитки. Тим часом, утилізацію відходів не варто вважати виключно видатковою статтею. При грамотному підході відходи можна перетворити на доходи, достатньо раціонально підійти до вирішення питання і запроваджувати сучасні технології. Використовуючи відповідне обладнання, відходи можна перетворити на сировину і, в кінцевому підсумку - у товарний продукт [6].

Висновки

Таким чином, використання відходів - це не обов'язково витратний захід, що вимагає значних фінансових вкладень. Його можна повернути і на користь суспільства, зробивши виробництво маловідходним, а значить, більш ефективним. Виробництво, в якому повністю використовуються не тільки основні сировинні ресурси, а й утворені чи накопичені відходи, здатне забезпечити зниження витрат сировини і звести до мінімуму забруднення навколишнього середовища.

Отже, практично всі антропогенні навантаження на природу можна звести до проблеми відходів. І хоча абсолютно безвідходне виробництво забезпечити неможливо, економія ресурсів завдяки використанню маловідходних технологій є кількісним результатом процесу раціоналізації споживання ресурсів. Тому існує необхідність у впровадженні екологічних маловідходних технологій у всіх галузях економіки.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

- 1.Зеркалов Д.В. Екологічна безпека та охорона довкілля — Київ: Основа, 2012. — 514 с.
- 2.Офіційний сайт Державної служби статистики України. Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
- 3.Про схвалення Енергетичної стратегії України на період до 2030 року: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 15 березня 2006 р. № 145-р.
- 4.Хомяков В.І., Бакум І.В., Економіка сучасної України. — Черкаси: ЧДТУ, 2006. — 335 с.
- 5.Екологічно орієнтований менеджмент в системі забезпечення сталого розвитку підприємств / А.С. Краєвська // Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції молодих вчених, аспірантів та студентів. — Вінниця, 2014. - С. 33-36.
- 6.Роль державно-приватного партнерства у створенні ресурсозберігаючого безвідходного суспільства XII століття// С. В. Кривенко — Полтава, 2014. - С. 234-238.

Біла Катерина Олександрівна – студентка групи ЕКО–12, інститут екологічної безпеки та моніторингу довкілля, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, katuha800@gmail.com

Науковий керівник: **Краєвська Алла Станіславівна** - канд. екон. наук, доцент кафедри підготовки менеджерів, Вінницький національний технічний університет, Вінниця.

Kateryna O. Bila - Department of Ecology and Environmental Safety, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, email : katuha800@gmail.com

Supervisor: **Alla S. Kraevska** – Cand. Sc. (Econ.), Assistant Professor of the Chair of Managers Training, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.

ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Охарактеризовано сутність та основні елементи економічного механізму природокористування. Розглянуто основні переваги та недоліки та позитивні результати існуючої системи економічних інструментів природокористування.

Ключові слова: економічний механізм, природокористування, економічні інструменти.

Abstract

The economic mechanism of nature using and its main components are characterized. The main advantages and disadvantages and the positive results of the current system of economic instruments for environmental management are considered.

Keywords: economic mechanism, environmental management, economic instruments.

Вступ

Мета економічного регулювання природоохоронної діяльності в Україні полягає у стимулюванні природокористувачів до раціонального та ощадливого використання природних ресурсів, збереження та відтворення довкілля, а також у фінансуванні природоохоронних заходів.

Економічний механізм природокористування — це сукупність економічних структур, інститутів, форм і методів господарювання, за допомогою яких реалізуються чинні в конкретних умовах економічні закони та здійснюється погодження і коригування суспільних, групових і приватних інтересів. Економічний механізм відіграє надзвичайно важливу роль у реалізації цілей екологічної політики суб'єкта господарювання на будь-якому рівні: держави, галузі, території, підприємства.

Результати дослідження

Основними компонентами економічного механізму є такі:

- правові основи здійснення економічної діяльності (права, обов'язки, ліцензії, обмеження, процедури та ін.);
- система відносин власності на основні засоби виробництва (державна, колективна, приватна);
- організаційна структура економіки, тобто система зв'язків, що формує економічні відносини між суб'єктами господарювання по вертикалі та горизонталі;
- система суспільних інструментів (традиції, моральні засади, порядки, звичаї, духовні цінності), що формують соціально-інформаційне поле економічної активності;
- економічні інструменти.

За допомогою зазначених компонентів держава намагається створити для регіонів, галузей та суб'єктів господарювання економічно сприятливе середовище для раціонального використання природних ресурсів, зменшення забруднення навколишнього природного середовища та ефективного впровадження природоохоронних заходів [1, 2].

Згідно із Законом України "Про охорону навколишнього природного середовища" формування економічного механізму охорони навколишнього природного середовища передбачає:

- взаємозв'язок усієї управлінської, науково-технічної та господарської діяльності підприємств, установ та організацій з раціональним використанням природних ресурсів та ефективністю заходів щодо охорони навколишнього природного середовища на основі економічних важелів;
- визначення джерел фінансування заходів з охорони навколишнього природного середовища;
- встановлення лімітів використання природних ресурсів, скидів забруднюючих речовин у навколишнє природне середовище та на утворення і розміщення відходів;
- встановлення нормативів збору і розмірів зборів (плати) за використання природних ресурсів, викиди і скиди забруднюючих речовин у навколишнє природне середовище, на утворення і розміщення відходів та інші види шкідливого впливу;

— надання підприємствам, установам і організаціям, а також громадянам податкових, кредитних та інших пільг при впровадженні ними маловідхідних, енерго- і ресурсозберігаючих технологій та нетрадиційних видів енергії, здійсненні інших ефективних заходів щодо охорони навколишнього природного середовища;

— відшкодування в установленому порядку збитків, завданих порушенням законодавства про охорону навколишнього природного середовища [2].

Економічний механізм екологічного регулювання в Україні ґрунтується на концепції платності природокористування. Він охоплює систему економічних інструментів, які спрямовані на акумулювання матеріальних ресурсів для реалізації природоохоронних програм та на мотивацію товаровиробників до підвищення екологічності застосовуваних технологій і власної продукції [3]. Відповідно складовими економічного механізму нині мають бути:

- економічне оцінювання природних ресурсів;
- плата за спеціальне використання природних ресурсів;
- плата за забруднення НС та інші шкідливі впливи на довкілля;
- система фінансування і кредитування природоохоронних заходів;
- екологізація податкової і цінової систем;
- підтримка становлення і розвитку екологічної індустрії [4].

Економічний механізм природокористування покликаний на практиці розв'язати завдання ефективного використання природних ресурсів з метою задоволення виробничих потреб суспільства, формування екологічно безпечного середовища, забезпечення стабільного і достатнього фінансування природоохоронних програм.

Базою ефективного функціонування економічного механізму природокористування є чинна система економічних інструментів екологічного регулювання. Економічні інструменти – засоби (заходи, методи, важелі) зміни фінансового стану економічних суб'єктів. Такі дії держави змушують суб'єктів господарювання ощадливо відноситися до використання дефіцитних природних ресурсів, впроваджувати матеріало та енергозамінні технології, зменшувати обсяги шкідливих викидів, скидів і розміщення відходів [5].

Основні позитивні результати чинного економічного механізму екологічного регулювання полягають у тому, що, по-перше, завдяки йому були опрацьовані основи платного природокористування, і, по-друге, притаманний економічний інструментарій є засобом, що забезпечує надходження фінансових ресурсів, необхідних для ліквідації забруднення навколишнього природного середовища. Проте окремі підсистеми та елементи цього механізму мають різні ступені розвиненості та практичної реалізації. Дотепер чимало еколого-економічних інструментів існують лише на рівні законодавчих положень, не будучи впровадженими у практику господарювання. Діючий в Україні економічний механізм природокористування переважно оперує групою таких регуляторів екологічної поведінки товаровиробників, які змушують їх обмежувати свою природоруйнівну діяльність стосовно вимог нормативних актів, постанов і законів.

Якщо оцінювати ефективність існуючої системи економічних інструментів природокористування за критеріями екологічної доцільності й поліпшення якості довкілля, то слід підкреслити його нерезультативність щодо розв'язання проблеми збереження навколишнього природного середовища та неспроможність забезпечити екологічно сприятливі умови господарювання. Але якщо оцінювати ефективність існуючого економічного механізму природокористування за критерієм наповнення державного бюджету (критерієм доходності), то слід підкреслити його безумовну результативність як дієвого засобу досягнення національно значної цілі – задоволення фінансових потреб держави [6, 7].

Висновки

Отже, ефективний економічний механізм природокористування є необхідним у політиці кожної країни. Екологічна ефективність (результативність) екологічної політики завдяки використанню комплексу економічних механізмів полягає в наступному:

- підвищенні економічної результативності інструментів природокористування як регуляторів ефективності екологічної діяльності товаровиробників й споживачів та більш ефективного впровадження принципу "забруднювач та користувач платять повну ціну";
- удосконаленні нормативно-правової бази щодо державної підтримки природоохоронної діяльності, включаючи розширення застосування ринкових механізмів у цій сфері та створення фінансового механізму залучення приватного капіталу в природоохоронну діяльність;
- забезпеченні стабільних джерел фінансування та розширенні бази фінансових ресурсів на здійснення природоохоронних заходів;

- збільшенні частки видатків на охорону навколишнього природного середовища у ВВП до оптимальних обсягів;
- підвищенні ефективності використання державних коштів на охорону навколишнього природного середовища;
- упорядкуванні та оптимізації системи державних видатків шляхом запровадження програмно-цільового методу у бюджетному процесі, метою якого є встановлення безпосереднього зв'язку між виділенням бюджетних коштів та результатами їх використання тощо [6, 7].

Таким чином, в умовах стрімкого науково-технічного розвитку, коли у структурі економіки зростає питома вага промисловості, збільшується навантаження на природні екосистеми. Тому екологічні вимоги до природокористування, охорони навколишнього природного середовища і забезпечення екологічної безпеки суспільства мають виконуватися незалежно від форм власності, відомчої підпорядкованості та фінансових можливостей господарюючих суб'єктів. Для цього необхідно забезпечити ефективність і дієвість економічних регуляторів раціонального і збалансованого природокористування на державному рівні.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Жібінова К.В. Економічні основи екології.- М.: Юстцінформ, 2007. - 52 с.
2. Краєвська А.С. Рекреаційні ресурси санаторно-курортних підприємств: сутність та перспективи використання: монографія / А. С. Краєвська, О. О. Мороз, Б. Є. Грабовецький. - Вінниця: ВНТУ, 2012. - 186 с.
3. Закон України "Про охорону навколишнього природного середовища" від 25 червня 1991 р. № 1264-XII // ВВР України. - 1991. - № 41. - Ст. 546.
4. Екологія та економіка природокористування / Под ред. Е.В. Гірусову, В.М. Лопатіна. - М., 2002.
5. Голян В.А. Природокористування як сфера економічних відносин: суперечності та пріоритети // Економіка та держава. - 2007. - № 6. - С. 20 - 22.
6. Електронний ресурс. Режим доступу: <http://uristinfo.net/ekologicheskoe-pravo/270-ekologichne-pravo-ukrayini-getman-shulga/8655-ekonomiko-pravovij-mehanizm-prirodokoristuvannja-ta-ohoroni-navkolishnogo-prirodnogo-seredovischa.html>
7. Закон України від 21 грудня 2010 року № 2818-VI «Про основні засади (стратегію) державної екологічної політики України до 2020 року» / Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2011, N 26, ст. 218.

Безусяк Яна Іванівна – студентка 4 курсу, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця

Науковий керівник: **Краєвська Алла Станіславівна** – кандидат економічних наук, доцент кафедри підготовки менеджерів, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця

Bezussyak Yana Ivanivna - Institute for Environmental Security and Environmental Monitoring, Vinnytsia

Supervisor: **Kraevska Alla** - Cand. Sc. (Econ), Assistant Professor of the Chair of Managers Training,, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.

ОСОБЛИВОСТІ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ ЗА СУЧАСНИХ УМОВ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

У статті систематизовано основні індикатори, що беруться до уваги міжнародними організаціями при визначенні рівня регулювання банкрутства підприємств в Україні. Виявлено особливості та запропоновано рекомендації щодо підвищення якості антикризового управління підприємствами.

Ключові слова:

Банкрутство, неспроможність, платоспроможність, антикризове управління, стратегія.

Abstract

In the paper the basic indicators that are taken into account by international organizations in determining the level of regulation of bankruptcy in Ukraine were systematized. The features of crisis management of enterprises were found and recommendations to improve the quality of crisis management were proposed.

Keywords:

Bankruptcy, insolvency, solvency, crisis management, strategy.

Незважаючи на тимчасову стабілізацію у господарському житті України, яка спостерігалась впродовж останніх років, кризові явища все ще є масштабними та мають місце у всіх галузях економіки.

Так, за даними міжнародного рейтингу «Ведення бізнесу 2016» (Doing Business 2016) за субіндексом банкрутства Україна протягом 2015-2016 рр. залишається на 141 місці, що в порівнянні з 157 місцем у 2014 році є позитивною динамікою [1]. При цьому це відбулось не внаслідок поліпшення власних показників, а погіршення складових субіндексу банкрутства в інших країнах. У таблиці 1 здійснено вибіркове представлення інформації з вказаного рейтингу.

Рейтинг вирішення справ щодо неспроможності і банкрутства міжнародного рейтингу «Ведення бізнесу» 2016 [1]

Індикатори	Україна	Європа і Центральна Азія	ОЕСР
Індекс повертання коштів (центів за долар)	8,3	38,3	72,3
Час (років)	2,9	2,3	1,7
Вартість (% від вартості об'єкта нерухомості)	42,0	13,2	9
Кінцевий результат процесу (0 балів якщо активи підприємства продаються частинами і 1 бал якщо підприємство продовжує функціонувати)	0	0	1
Індекс ефективності нормативно-правової бази (0-16)	8,5	9,7	12,1
Індекс порушення справи про неспроможність (0-3)	3,0	2,4	2,8
Індекс управління майном боржника (0-6)	4,0	3,9	5,3
Індекс процедури реорганізації (0-3)	0,5	1,7	1,7
Індекс участі кредиторів (0-4)	1,0	1,7	2,2

Як видно з таблиці 1, індекс повертання коштів за зобов'язаннями підприємств-банкрутів в Україні все ще залишається вкрай низьким (8,3 центи за долар проти 38,3 у Європі та 72,3 у країнах ОЕСР). Значно відстають підприємства України також за показниками ефективності реорганізації та участі кредиторів у процесі санації.

Слід відмітити, що стримуючим фактором для розвитку інституту банкрутства виступають високі витрати підприємств під час процедури банкрутства, що в Україні складають 42% від статутного капіталу (для порівняння у країнах Європи цей показник дорівнює 13,2%). Високі витрати

підприємства при його закритті (судові витрати, оплата послуг юристів, ліквідаційної комісії тощо) не дозволяють власникам та кредиторам в належній мірі розподілити майно компанії, що ліквідується.

Індекс ефективності нормативно-правової бази щодо банкрутства в Україні останнім часом наближається до рівня європейських країн, переважно після прийняття нової редакції Закону України «Про відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом» [2].

Основною проблемою антикризового управління в Україні є те, що більшість підприємств не розробляють стратегічні плани розвитку, і тим більше не мають стратегії антикризового управління. Проте практикою підприємств доведено, що успіх у подоланні кризи багато в чому залежить від наявності ефективної антикризової стратегії, яка має розроблятися превентивно, до масштабного розгортання кризи [3]. При цьому важливим моментом є узгодження антикризової стратегії із загальними місією та цілями підприємства, уникнення суперечностей між оперативними планами за антикризовим і загальним напрямками розвитку.

Слід констатувати, що у більшості випадків першим відчутним симптомом кризи на підприємствах України є погіршення платоспроможності. Проте за умов застосування превентивної антикризової стратегії і відповідного їй інструментарію керівництво підприємства може помітити ознаки погіршення набагато раніше. Таким чином, порушення платоспроможності можна розглядати як наслідок вибору неправильної стратегії реагування до змін зовнішнього та внутрішнього середовища. У випадку настання фінансової кризи фінансові менеджери підприємств часто орієнтуються на швидке виправлення ситуації за рахунок таких фінансових прийомів, які забезпечують короткострокову економічну ефективність. Це слід мати на увазі вищому керівництву підприємства та, зважаючи на ситуацію, використовувати одну із класичних стратегічних альтернатив: стратегію скорочення, обмеженого росту, зростання або їх комбінацію [4]. При цьому, при виборі антикризової стратегії підприємства, слід керуватися наступним:

- при значеннях показників рентабельності, платоспроможності, фінансової стійкості, що набагато нижчі за граничні або близькі до нуля, тобто у глибокій кризі або катастрофічному положенні, варто використовувати стратегію скорочення. При цьому відбувається скорочення обсягів виробництва нерентабельної продукції, ліквідація нерентабельних і неефективних підрозділів;

- коли підприємство знаходиться в зоні стійкої роботи, потрібно використовувати стратегію зростання. При такій стратегії відбувається приріст обсягів товарної продукції за рахунок: відновлення і модернізації устаткування, впровадження нових технологій на виробництві, поліпшення якості продукції, удосконалення організації виробництва і праці, скорочення простоїв і втрат робочого часу [4].

Здійснюючи антикризове управління підприємством необхідно системно аналізувати усі чинники внутрішнього і зовнішнього середовища, роблячи акцент та інноваційну складову. Останнє обумовлено стрімким інноваційним розвитком усіх сфер господарської діяльності та загостренням конкурентної боротьби на ринках товарів і послуг. Зважаючи на це, іноді інноваційний шлях розвитку є єдиним ефективним напрямком подолання кризи.

Підсумовуючи, можна сказати, що ефективність антикризового управління визначається передусім рівнем антикризової готовності підприємства, якістю його стратегічного планування, професійністю дій керівництва.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ:

1. Ведення бізнесу 2013. Розумний підхід до регулювання діяльності середніх та малих підприємств / [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://russian.doingbusiness.org/reports/global-reports/doing-business-2016>

2. Закон України «Про внесення змін до Закону України «Про відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом» від 22 грудня 2011 р. № 4212 // Голос України. – 18 січня 2012 р. – № 8-9.

3. Санація підприємств: організаційно-економічний механізм : Монографія / Т. М. Білоконь, Л. М. Несен. – Вінниця : ВНТУ, 2010. – 152 с.

4. Рубан В., Аллахвердієва Д. Обґрунтування вибору антикризової стратегії // Наукові праці НУХТ. – 2013. – №48. – С. 227-231.

Ірина Володимирівна Шварц – к.е.н., доцент кафедри підготовки менеджерів, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, s.irinach502@gmail.com

Irina V. Shvarts – Sc. (Econ), Assistant Professor of the Chair of Managers Training, Vinnitsia National Technical University, Vinnitsia, s.irinach502@gmail.com

УДОСКОНАЛЕННЯ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Метою статті є висвітлення антикризового управління як постійно діючої системи заходів, спрямованих на забезпечення нормального функціонування підприємства як у короткій, так і у довгостроковій перспективі.

Ключові слова: антикризове управління, криза підприємства, принципи антикризового управління, інновації.

Abstract

The article is to highlight the crisis management as a permanent system of measures to ensure the normal operation of the business both in the short and in the long run.

Keywords: crisis management , crisis enterprises , principles of crisis management.

Теорії криз, їх прогнозування виходять з того, що кризи є невід'ємним етапом циклічного розвитку системи. Останніми роками більшість країн світу охопила глобальна фінансово-економічна криза, не оминула вона й Україну. Складність полягає в тому, що економічна система нашої країни відноситься до транзитивних економік, тобто перебуває в стадії всеохоплюючих трансформаційних змін. Характерними рисами такої системи є кризовість та інституційна нерівновага. Тобто, з точки зору економічної теорії, можна стверджувати, що українські підприємства були більш схильні до настання кризових явищ, наслідком чого стали неплатоспроможність та масове банкрутство вітчизняних підприємств. Тому ефективне антикризове управління стало однією з найважливіших проблем управління.

В економічній літературі існують різні підходи до визначення поняття антикризового управління підприємством. Одні дослідники вважають його специфічним типом управління, спрямованим на виявлення ознак кризових явищ та створення відповідних передумов для їх своєчасного запобігання, послаблення, подолання з метою забезпечення життєдіяльності суб'єкта підприємницької діяльності, недопущення ситуації його банкрутства [1].

На думку інших авторів, антикризове управління має місце тоді, коли у підприємства вже виникли певні фінансово-економічні проблеми. Таке антикризове управління розглядається як сукупність форм і методів реалізації антикризових процедур щодо конкретного підприємства-боржника [2]. Ще одним варіантом розгляду антикризового управління як реакції на зовнішні впливи є визначення його як здатності підприємства конструктивно реагувати на зміни, що загрожують його нормальному функціонуванню [3].

Представлені вище визначення поняття антикризового управління є ілюстрацією можливого двоякого підходу до трактування терміну «антикризовий». Буквальне його визначення як «проти кризи» може означати як запобігання можливій кризі ще до її виникнення, так і усунення негативних наслідків кризових явищ, що вже мають місце на підприємстві. На нашу думку, логічним і доцільним є поєднання цих двох підходів, оскільки вони доповнюють один одного і дозволяють менеджменту підприємства за будь-яких обставин робити усе можливе для покращання фінансового стану та посилення ринкових позицій суб'єкта господарювання. Тому будемо розглядати антикризове управління як постійно діючу систему заходів, спрямованих на забезпечення нормального функціонування підприємства як у короткій, так і у довгостроковій перспективі. Антикризове управління потрібно розглядати як певну систему управління підприємством, яка повинна мати комплексний характер і спрямовуватися на запобігання чи усунення несприятливих для бізнесу явищ шляхом використання всього потенціалу сучасного менеджменту, розробки і реалізації на підприємстві спеціальної програми, що має стратегічний характер, дозволяє усунути тимчасові труднощі, зберегти і примножити ринкові позиції суб'єкта господарювання за будь-яких обставин.

Оскільки ми розглядаємо антикризове управління на підприємстві як постійно діючу систему, то її функціонування пов'язане з прийняттям значної кількості управлінських рішень. Антикризові управлінські рішення, на думку дослідників, мають прийматися на основі достовірної інформації, їх масштаб і спрямованість мають відповідати типу кризи на підприємстві та швидкості її поширення, рішення різних суб'єктів антикризового управління мають узгоджуватися між собою. Кожне рішення має обиратися як оптимальне з декількох можливих варіантів, спрямовуватися на конкретного виконавця і доводитися у зрозумілій для нього формі, прийняті рішення мають виконуватися в максимально можливому обсязі. Порушення вказаних принципів не дозволить отримати очікуваних ефектів від антикризових заходів або навіть може призвести до поглиблення кризи на підприємстві.

Система антикризового управління на підприємстві має виконувати 3 групи обов'язкових функцій:

а) виявлення ознак кризи, їх класифікація та встановлення ступеня наявного чи потенційного негативного впливу кризових явищ на фінансово-господарський стан та ринкові позиції суб'єкта господарювання;

б) вибір інструментів антикризового управління, застосування яких буде оптимальним для того типу і ступеня кризи, що має місце на даному підприємстві, підбір виконавців антикризових заходів та узгодження їх дій з метою досягнення синергетичного ефекту;

в) реалізація заходів антикризового управління, контроль за їх ефективністю та внесення необхідних корегувальних змін в програму антикризових дій[4].

Усі зазначені групи функцій є однаково важливими з точки зору ефективного функціонування системи антикризового управління на підприємстві. Тому навіть у тих випадках, коли виконання вказаних функцій покладено на різних осіб чи різні служби, у структурі підприємства обов'язково має бути особа, яка координує і контролює дії усіх суб'єктів антикризового менеджменту (це може бути власник підприємства, керівник підприємства чи антикризовий менеджер).

Висновки

Значна кількість науковців розглядала сутність “антикризового управління” в своїх дослідженнях, як наслідок, відсутність однотайності при визначенні даного поняття та існування кількох підходів. Однак, підсумовуючи вищенаведене, можна зробити висновок, що антикризове управління є системою управління, що має комплексний характер та спрямована на попередження, запобігання кризових явищ і виявлення причин кризи, виду, стадії та закономірностей її протікання, можливих сценаріїв розвитку, інструментів по виходу з неї, з метою подальшого функціонування підприємства. Дотримання сформульованих основних принципів проведення антикризового управління дозволить здійснювати його якомога ефективніше.

Будь-які антикризові заходи доцільно розробляти і здійснювати на підприємствах не тільки в разі настання кризової ситуації, але й для запобігання її виникненню в умовах нормальної діяльності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Антикризове управління підприємством : навч. посіб. / З.Є. Шершньова, В.М. Багацький, Н.Д. Гетманцева; за заг. ред. З.Є. Шершньової. – К. : КНЕУ, 2007. – 680 с.
2. Теория и практика антикризисного управления : учеб. / Г.З. Базаров, С.Г. Беляев, Л.П. Белых и др. / Под ред. С.Г. Беляева, В.И. Кошкина. – М. : Закон и право; ЮНИТИ, 1996. – 468 с.
3. Король В.С. Антикризовий менеджмент в умовах ринкової трансформації економіки : автореф. дис. ... канд. екон. наук 08.06.02 / В.С.Король. – Л. : НАН України; Ін-т регіональних досліджень, 2001. – 20 с.
4. Прохорова В.В. Інноваційні перетворення як структурний елемент антикризового управління підприємством / В.В. Прохорова, В.І. Ярмолук // Економіка і управління. – 2013. - № 2. – С. 28-33.

Тетяна Валеріївна Брик – студент групи 2М-14, факультет менеджменту, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: tani_ka_bruk@yahoo.com

Науковий керівник: **Тетяна Миколаївна Білоконь** — канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри підготовки менеджерів, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Tatiana V. Bryk - student group 2M -14 , Department of Management , Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia , e-mail: tani_ka_bruk@yahoo.com

Supervisor: Tatiana Belokon - candidate. Econ. science, associate professor , assistant professor of management training , Vinnytsia National Technical University . Vinnitsa

ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ВЕРТИКАЛЬНО ІНТЕГРОВАНИХ СТРУКТУР

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Визначено сутність, види, переваги та недоліки вертикальної інтеграції. Досліджено формування економічних відносин між учасниками вертикально інтегрованих структур та забезпечення їх рівновигідності.

Ключові слова: вертикальна інтеграція, вертикально інтегровані структури, вигода, трансакційні витрати, економічні відносини, система довгострокових контрактів.

Abstract

The essence, types, advantages and disadvantages of vertical integration are determined. Formation of economic relations between the participants of vertically integrated structures and providing them the same benefits is researched.

Keywords: vertical integration, vertically integrated structures, benefits, transaction costs, economic relations, system of long-term contracts.

Вступ

Характерною тенденцією для України на сучасному етапі є формування інтеграційних об'єднань в усіх галузях економіки [1-3] та аграрному секторі зокрема [4-8]. При цьому якщо горизонтальна інтеграція спрямована на отримання економії при збільшенні масштабів виробництва, посилення конкурентної позиції, а також може свідчити про монополні прагнення її учасників, то вертикальна інтеграція дає змогу охопити всі етапи формування ланцюга доданої вартості продукції, забезпечити при цьому безперервність технологічного процесу, наскрізний контроль за якістю продукції, зниження виробничих і трансакційних витрат та ризиків, досягнення конкурентних переваг і стійких темпів економічного зростання. Метою дослідження є визначення особливостей функціонування вертикально інтегрованих структур.

Результати дослідження

Основний зміст вертикальної інтеграції полягає у поєднанні різних стадій єдиного виробничо-збутового ланцюга в межах однієї фірми або інтегрованого формування [9]. При цьому відбувається розширення контролю над суміжними ланками технологічного циклу, поглиблення зв'язків підприємства з постачальниками та споживачами.

В залежності від напрямку інтеграції вертикальні об'єднання А. Ігнатюк [1] поділяє на інтеграцію "вперед", або пряму інтеграцію, що передбачає поєднання виробництва та збуту, та інтеграцію "назад", або зворотню інтеграцію, коли об'єднуються виробництво із попередніми стадіями технологічного ланцюга.

Серед основних переваг вертикальної інтеграції можна виділити підвищення ефективності виробництва завдяки оптимізації технологічної складової; забезпечення стабільності поставок і збуту продукції, зменшення залежності від постачальників і збутових структур; посилення конкурентної позиції, іміджу та репутації як вертикально інтегрованої структури в цілому, так і її окремих учасників; зниження трансакційних витрат при укладанні угод між учасниками вертикально інтегрованої структури; можливість зниження ціни на кінцевий продукт; синергетичний ефект; раціональне використання відходів промисловості. До недоліків вертикальної інтеграції відносимо зростання витрат на управління та контроль; можливість зниження мотивації окремих підрозділів; зменшення робочих місць у результаті підвищення технологічної оснащеності; втрата самостійності учасників вертикально інтегрованої структури.

Ключовим мотивом до вертикальної інтеграції в агросфері є неможливість ефективного вільного ринкового обміну в стратегічній перспективі, що обумовлено його ризикованістю та ненадійністю,

низькою якістю продукції, високою специфічністю активів сільськогосподарських та переробних підприємств, високою частотою трансакцій в окремих продовольчих галузевих ланцюгах. В даному випадку, основним критерієм прийняття рішення щодо застосування вертикальної інтеграції є перевищення вигід від застосування стратегії вертикальної інтеграції над вигодами від вільного ринкового обміну. При цьому, визначення даних вигід в багатьох випадках є проблематичним внаслідок асиметрії інформації між ланками, що інтегруються, та потребує додаткових інституціональних конструкцій для її подолання.

Фактично, вертикальна інтеграція є однією із стратегій підвищення конкурентних позицій підприємства за рахунок економії трансакційних витрат на ринках продукції певної ланки продуктового ланцюга. В даному ракурсі вертикальна інтеграція може відбуватися лише у двох випадках: для освоєння нових сегментів ринку або ж для оптимізації та підвищення прибутку в умовах «тісного» ринку. В обох випадках вертикальні інтеграційні процеси є наслідком конкурентної боротьби (існування декількох продавців на ринку) або ж забезпечення домінування (монопольного становища) [4].

Результатом вертикальної інтеграції є створення вертикально інтегрованих структур як у формі вертикально інтегрованих компаній, так і у формі контрактної співпраці між підприємствами, компаніями та установами з метою отримання ефекту синергії. Так, Зіновчук В. В., Рудь В. В. виділяють наступні форми інтегрованих об'єднань: інтегровані структури, створенні шляхом укладання договорів про співпрацю (контрактна форма); інтегровані структури, створенні шляхом виділення структурних підрозділів (кластерна форма); інтегровані структури, створенні шляхом поглинання (холдингова форма); інтегровані структури, створенні шляхом злиття (корпоративна форма) [6]. Куц Л. Л. [10] розрізняє повну вертикальну інтеграцію (розширення виробництва і реалізації товарів за рахунок внутрішніх джерел компанії, злиття або повне поглинання) та квазіінтеграцію (стратегічні союзи (альянси), довгострокові контракти, спільні підприємства, ліцензії на право використання технологій, володіння активами на різних стадіях технологічного ланцюга, керівництво якими здійснюють зовнішні постачальники, перехресне володіння акціями, франчайзинг). Контрактні відносини, які будуються на більш-менш тривалій основі, В. Андрійчук пропонує називати вертикальною координацією [7].

В основі вибору та ефективного функціонування тієї чи іншої форми вертикально інтегрованої структури має лежати забезпечення належних економічних взаємовідносин між усіма учасниками ланцюга «виробництво – переробка – реалізація готової продукції». Основним принципом таких взаємовідносин має бути рівновігдність співробітництва всіх учасників [8].

Врахування потребує фактор різної оборотності вкладеного капіталу як сільськогосподарського, переробного, так і торговельного підприємства. Очевидно, що інвестувати м'ясо- або молокопереробне підприємство в галузі тваринництва задля власного забезпечення сировиною є надзвичайно дорогим, високоризиковим (термін окупності понад 5 років) та відволікає значну частину ресурсів, які б можна було б використати у конкурентній боротьбі на ринку продукції переробки. В даному випадку, доцільними були б процедури формування довгострокових контрактів, що є порівняно дешевою процедурою забезпечення трансакцій [4].

Слід відмітити, що система довгострокових контрактів набула значного поширення в сфері АПК як доступний варіант налагодження співробітництва між учасниками виробничо-збутового процесу. Так за умов високої матеріаломісткості продукції м'ясопереробного підприємства (витрати на м'ясну сировину у собівартості ковбасних виробів складають 75–78 %, у собівартості яловичини та свинини – 85 %) укладення договорів про поставку сировини на довгостроковий період сприятиме отриманню м'ясокомбінатом конкурентної переваги над іншими виробниками. Слід відмітити, що така вертикальна інтеграція вигідна всім учасникам процесу, адже забезпечує стабільне постачання якісної сировини на м'ясокомбінат та стабільний попит на тваринницьку продукцію сільгоспвиробників, сприяє ритмічності виробництва та більш повному використанню виробничих потужностей сільськогосподарських і переробних підприємств.

Між тим, розрахунок рівня рентабельності авансованого капіталу на прикладі м'ясопродуктового підкомплексу засвідчує значну диспропорцію у міжгалузевому розподілі прибутку: торговельні мережі отримують в 3 рази більше прибутку на авансований капітал, ніж сільськогосподарські підприємства, в 2 рази більше, ніж фірмові магазини м'ясопереробного підприємства.

За таких умов система економічних відносин, побудована здебільшого на довгострокових контрактах між учасниками вертикально інтегрованої системи, потребує подальшого вдосконалення,

зокрема в напрямі підвищення ефективності діяльності окремих її учасників та подолання непропорційності розподілу прибутку.

Висновки

Таким чином, при прийнятті рішення щодо застосування вертикальної інтеграції слід виходити з порівняння вигід від застосування стратегії вертикальної інтеграції з вигодами від вільного ринкового обміну. Результатом вертикальної інтеграції є створення вертикально інтегрованих структур як у формі вертикально інтегрованих компаній, так і у формі контрактної співпраці між підприємствами, компаніями та установами з метою отримання ефекту синергії. При цьому система довгострокових контрактів зазвичай є більш доступним варіантом налагодження співробітництва між учасниками виробничо-збутового процесу. Разом з тим система економічних відносин між учасниками вертикально інтегрованої системи потребує подальшого вдосконалення, зокрема в напрямі подолання непропорційності розподілу прибутку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Ігнатюк А. І. Вертикально інтегровані структури на галузевих ринках України / А. І. Ігнатюк // Вісник Київського університету. Серія: Економіка. – 2009. – Вип. 109. – С. 19–23.
2. Шварц І. В. Логістична інтеграція як елемент антикризового управління машинобудівними підприємствами / І. В. Шварц, О. В. Безсмертна // Економічний простір : збірник наукових праць. – Дніпропетровськ : Придніпровська державна академія будівництва та архітектури, 2011. – № 47. – С. 305-312.
3. Несен Л. М. Організаційно-фінансове забезпечення інноваційного розвитку будівництва / Л. М. Несен // Організаційно-правові аспекти та економічна безпека сучасного підприємництва: Матеріали IV регіональної науково-практичної конференції (Друга частина). – Вінниця: ВНТУ, 2007. – С. 70-73.
4. Шукалович В. Ф. До питання формування вертикальної інтеграції в агробізнесі / В. Ф. Шукалович, В. М. Трокоз // Вісник ЖНАЕУ. – 2011. – № 2, т. 2. – С. 212–220.
5. Безсмертна О. В. Інтеграційний підхід до управління ефективністю економічних взаємовідносин підприємств молокопродуктового підкомплексу АПК / О. В. Безсмертна, Н. М. Тарасюк // Збірник наукових праць Вінницького національного аграрного університету. Серія "Економічні науки". – 2013. – № 2(77). – С. 3–10.
6. Зіновчук В. В. Кластеризація підприємств м'ясопереробної галузі / В. В. Зіновчук, В. В. Рудь // Проблеми економіки. – 2015. – № 2. – С. 258–264.
7. Андрійчук В. Г. Капіталізація сільського господарства: ідентифікація і мотиви здійснення / В. Г. Андрійчук // Економіка АПК. – 2006. – №6. – С. 40–54.
8. Месель-Веселяк В.Я. Розвиток м'ясопродуктового підкомплексу України / В.Я. Месель-Веселяк, О.В. Мазуренко; за наук. ред. П.Т. Саблука. – К., 2004. – 198 с.
9. Harrigan K. Vertical Integration and Corporate Strategy / Harrigan K. // Academy of Management Journal. - 1985. - vol. 28. - no. 2. - Pp. 397-425.
10. Куц Л. Л. Форми і ступені вертикальної інтеграції підприємств / Л. Л. Куц // Інноваційна економіка. – 2012. – № 5. – С. 42–46.

Тетяна Миколаївна Білоконь — канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри підготовки менеджерів, Вінницький національний технічний університет, e-mail: tm.bilokon@gmail.com

Tetiana M. Bilokon — Cand. Sc. (Econ.), Assistant Professor, Assistant Professor of the Chair of Managers Training, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia

Особливості постачання молочної сировини на переробні підприємства

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Розглядаються особливості постачання молочної сировини на переробні підприємства, проводиться аналіз системи постачання молока на молокопереробні підприємства Вінницької області та визначається вплив таких факторів, як сезонність, виробничий потенціал переробного підприємства, сорт молока.

Ключові слова: молоко, переробне підприємство, удій молока, сезонність, виробничі потужності, матеріальні витрати, сорт молока.

Abstract

The features of the supply of raw milk to milk processing plants are considered, analysis of the supply chain of milk to the milk processing enterprises of Vinnytsia region is conducted and the impact of such factors as seasonality, production capacity of the processing enterprises, variety of milk is determined.

Keywords: milk, processing plant, milk yield, seasonality, production capacity, material costs, variety of milk.

Основною молочною сировиною, що надходить на переробні підприємства для переробки, є молоко коров'яче незбиране. Молоко, яке закуповують переробні підприємства, повинне одержуватись від здорових корів у господарствах, благополучних щодо інфекційних захворювань відповідно до правил ветеринарного законодавства і за показниками якості має відповідати вимогам стандарту; після доїння профільтроване та охолоджене; зберігатись у виробників згідно з вимогами "Санитарных и ветеринарных правил для молочных ферм колхозов, совхозов и подсобных хозяйств", які затверджені в установленому порядку [1].

При виконанні аналізу системи постачання молочної сировини на молокопереробні підприємства Вінницької області було виявлено ряд характерних для цієї галузі особливостей. Так, величина виробничих запасів заводів має тенденцію до зменшення, що зумовлено зменшенням закупівель молока у сільського населення, і тим, що приблизно 10% молокопереробних підприємств регіону на 40% своєї потужності працюють на давальницькій сировині [2]. Також в даній ситуації важливим є фактор сезонності. Так, більшість молокозаводів на період січня-лютого припиняють виробництво морозива. Виробництво сухого молока в основному обсязі розпочинається з травня місяця, коли зростає удій молока.

Залежність обсягу виробництва від обсягу переробленої сировини визначає вплив завантаження виробничих потужностей на фінансовий результат діяльності молокопереробних підприємств [3]. Так, на молокопереробних підприємствах регіону необхідно значно більше завантажити обладнання для досягнення позитивного фінансового результату, що пов'язано із більш низькою продуктивністю виробничих потужностей.

В ході роботи було з'ясовано також, що вид продукції визначає рівень її собівартості. Матеріальні витрати на виробництво молочної продукції складають від 79 до 90% від загальної собівартості товарної продукції. При цьому за технологією виробництва найбільше молока як сировини споживається у виробництві на молокозаводах та маслозаводах. А найбільш енергомістким є виробництво сухого молока.

Собівартість готової продукції також залежить від сорту заготовленого молока. Використання молока I сорту дозволяє знизити собівартість одиниці реалізованої продукції у середньому на 40% порівняно з використанням молока II сорту. в цілому, молочна сировина, яка постачається на переробні підприємства, за якістю повинна відповідати вимогам ГОСТ 13264-70, ДСТУ 3662-97 [4]. Частина господарств реалізує молочну сировину у вигляді вершків, які одержують при сепаруванні молока. За якістю вони повинні відповідати вимогам державного стандарту РСТ України 1326-88 [1].

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Реалізація молочної сировини на переробні підприємства [Електронний ресурс]. Режим доступу : <http://ua.textreferat.com/referat-4000-1.html>.

2. Безсмертна О. В. Управління якістю молока в системі антикризового управління / О. В. Безсмертна, І. В. Шварц, Н. М. Тарасюк // Вісник Вінницького політехнічного інституту. – 2015. – № 1. – С. 43-48.
3. Саблук П. Т. Економіка виробництва молока і молочної продукції в Україні : [монографія] / П. Т. Саблук, В. І. Бойко. – К. : ННЦ ІАЕ, 2005. – 340 с.
4. Білоконь Т. М. Концентрація та інтеграція як фактори підвищення конкурентоспроможності підприємств м'ясної промисловості / Т. М. Білоконь, О. В. Чаплигіна // Ефективна економіка. – 2013. – №4. – <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1980>

Безсмертна Оксана Владиславівна, к.е.н., доцент, доцент кафедри підготовки менеджерів, Вінницький національний технічний університет, e-mail: okcana0709@yandex.ru

Bezsmertna Oksana Vladyslavivna, Cand. Sc (Eng), Assistant Professor of Managers Training, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: okcana0709@yandex.ru

УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ СТРУКТУРИ ПІДПРИЄМСТВА

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Визначено умови господарювання, їх відповідність технологічному, виробничому, організаційному потенціалу українських підприємств і попиту основних груп покупців на ринку.

Ключові слова: підприємство, автоматизація робіт, організаційна структура, співробітники, кваліфікаційний склад.

Abstract

The conditions and their compliance with technological, operational and organizational capacity of Ukrainian enterprises and demand of major groups of buyers in the market.

Keywords: enterprise automation work, organizational structure, staff qualification structure.

Вступ

Сучасні умови господарювання виявили невідповідність технологічного, виробничого, організаційного потенціалу українських підприємств і попиту основних груп покупців на ринку. Це, у свою чергу, послужило підставою для здійснення на підприємствах процесу реструктуризації, і в рамках його – змін організаційної структури підприємств. Вітчизняні підприємства поки не стали ефективними суб'єктами ринкової економіки, тому створення результативного господарського механізму їх адаптації до умов ринку є нагальною проблемою [1].

Результати дослідження

За результатами дослідження, яке було проведено нами на базі ПАТ «Новокраматорський машинобудівний завод», ми виявили, що в цілях стабілізації власного стану і подальшого економічного зростання в умовах тривалої кризи підприємство вимушене йти на значні реформи, пов'язані з оптимізацією організаційної структури управління [2].

В загальному випадку необхідність в структурних змінах на ПАТ «Новокраматорський машинобудівний завод» виникає у зв'язку із істотними змінами ринкової ситуації, цілей і стратегій підприємства, в зв'язку із досягненням підприємством певних етапів розвитку, коли існуюча структура стримує подальше зростання.

Нами був проведений аналіз організаційної структури ПАТ «Новокраматорський машинобудівний завод», до складу якої входять виробничі цехи, зокрема механозборочний. Заходи по оптимізації організаційної структури механозборочного цеху направлені на підвищення ефективності показників роботи управлінського процесу і поліпшення функціонування підрозділу в цілому, полягають в наступному.

1. Ступінь автоматизації має найбільший вплив на ефективність роботи цеху. Кількість автоматизованих робочих місць в цеху дуже мала, тому необхідно здійснити автоматизацію і комп'ютеризацію робочих місць інженерів-економістів, заступників начальників цеху, бюро підготовки виробництва, завгоспа, секретаря, 2 і 4 ділянки механообробки, а також місця безпосередньої роботи основних робітників.

2. Ступінь ієрархічності в механозборочному цеху слід понизити шляхом реорганізації структурних підрозділів. В результаті цього будуть скорочені зайві і дублюючі функції, більш ефективно буде використовуватись робочий час, збільшаться функціональні обов'язки співробітників, тим самим, пришвидшиться передача інформації від першого керівника до безпосереднього виконавця.

3. Категорію основних робітників необхідно залишити на такому ж рівні, оскільки, на думку експертів.

4. Загальна чисельність працівників в цеху зменшиться за рахунок працівників допоміжних категорій, чисельність яких скоротиться в результаті зменшення проміжних операцій у сфері забезпечення виробництва, введення автоматизованого розподілу завдань між співробітниками.

5. У зв'язку із зменшенням співробітників в цеху необхідно переглянути кваліфікаційний склад співробітників в підрозділах цеху.

Таким чином, необхідним є створення в цеху бюро підготовки виробництва (БПВ) з чисельністю 34 чоловік. БПВ відповідатиме за організацію виробництва в повному об'ємі за допомогою єдиної заводської системи обслуговування виробництва на основі госпрозрахунку між цехом і інструментальним господарством, відділом головного механіка, відділом головного енергетика, ремонтно-механічним цехом. Всі структурні зміни кількісного складу цеху призведуть до зменшення на 85 чоловік.

6. Кількість керівників зменшиться в результаті зміни чисельного складу співробітників і зменшення числа структурних підрозділів цеху.

7. Діапазон адміністративного контролю при виконанні заходів, направлених на оптимізацію організаційної структури цеху, скоротиться і відповідатиме світовим нормам щодо управління персоналом [3].

Одержані дані по оптимізації оргструктури дають нам підстави говорити про:

- бажану зміну діапазону адміністративного контролю;
- зменшення ступеня ієрархічності шляхом зміни чисельності працівників і підрозділів в цеху;
- незначне, але зменшення кількості керівників у зв'язку із зменшенням кількості персоналу і структурних підрозділів;

- зменшення загальної чисельності персоналу цеху за рахунок структурних змін: введення інших принципів роботи (комп'ютеризація робіт); скорочення дублюючих функцій; збільшення ефективності робочого часу; підвищення кваліфікації співробітників або їх навчання.

- збереження кількості основних робітників після реалізації всіх прийнятих структурних змін стосовно оптимізації організаційної структури механозборочного цеху. Це говорить про те, що політика підприємства направлена на збереження і збільшення чисельності працівників, які безпосередньо створюють матеріальну цінність. Однак зменшується відношення кількості допоміжних робітників до основних, що дає підстави говорити про те, що цех як виробнича структура безпосередньо виготовляє продукцію з малою кількістю допоміжних обслуговуючих операцій для роботи основного виробництва.

- автоматизацію в цеху як крок на шляху до раціоналізації і оптимізації організаційної структури і бізнес-процесів на підприємстві, їх інформаційної підтримки [4]. Цей захід дозволяє проводити діагностику цеху, виявляти «вузькі місця» і «больові точки», розробляти і погоджувати пропозиції по раціоналізації ділових процесів, формувати технологію їх виконання. На основі прийнятої технології виявляються потреби в інформаційній підтримці ділових процесів і варіанти їх автоматизації. Таким чином, система автоматизації не нав'язує свої правила виконання робіт, а забезпечує підтримку прийнятої на підприємстві технології [5].

Автоматизація дає набагато більший ефект при комплексному підході. Часткова автоматизація окремих робочих місць або функцій (наприклад, фінансового планування), здатна розв'язати чергову проблему. Проте при цьому виникають і негативні ефекти: не знижуються, а іноді навіть збільшуються трудомісткість і витрати на персонал; не усувається неузгодженість роботи підрозділів. Тому рекомендується комплексне вирішення проблем з виходом на єдину інформаційну систему підприємства. Проектування ж окремих підсистем ведеться вже з розрахунку на функціонування у складі цієї єдиної системи.

Комплексність автоматизації не означає одномоментність її проведення. Створення інформаційної системи підприємства проводиться в строгій послідовності з першочерговим закриттям критичних ділянок. Причому на кожному етапі досягаються певні результати і створюється інформаційна основа для наступного етапу [6].

Після оптимізації організаційної структури автоматизація механозборочного цеху досягне середнього рівня автоматизації, даючи тим самим хороший поштовх до розвитку її на більш високому рівні.

Отже, реструктуризація цеху, що проводиться, здійснюється в двох напрямках:

- об'єднання двох ділянок механообробки і двох ділянок зборки, а також створення бюро підготовки виробництва (фактичне зменшення чисельності працюючих — 23 чол.);
- виконання наказів Генерального директора щодо організації сервісних центрів з обслуговування устаткування цеху і його оснащення інструментом (фактичне зменшення чисельності працюючих — 62 чол.).

Висновки

Таким чином, зміна організаційної структури управління цехом базується на комп'ютеризації цеху і перерозподілі внутрішньоцехових функцій між підрозділами підприємства. Характерними рисами пропонованої структури є розгляд корисності функцій і їх адаптація до комп'ютерних систем. Таким чином, ми вивільняємо робочі місця від непотрібної ручної праці, довіряючи його машині і, тим самим, підвищуємо ефективність. Автоматизація документообігу в рамках пропонованої оргструктури дасть можливість заощадити значну частину часу персоналу і дозволить направити його на вирішення інших задач, що стоять перед підприємством.

В цілому змінена структура управління цехом є більш прогресивною у вирішенні всіх питань, пов'язаних з виробничою і адміністративно-господарською діяльністю підприємства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Шварц І. В. Логістична інтеграція як елемент антикризового управління машинобудівними підприємствами [Текст] / І. В. Шварц, О. В. Безсмертна // Економічний простір : збірник наукових праць. – Дніпропетровськ : Придніпровська державна академія будівництва та архітектури, 2011. – № 47. – С. 305-312.
2. Осовська Г. В. Менеджмент організацій : навчальний посібник. / Г. В. Осовська, О. Л. Осовська. – К. : Кондор, 2007. – 676 с.
2. Немцов В. Д. Менеджмент організацій : навч. посібник. / Немцов В. Д., Довгань Л. Є., Сініок Г. Ф. – К.: ТОВ „УВПК „ЕксОб”, 2002. – 392 с.
3. Ситник Й.С. Менеджмент організацій. Навчальний посібник. / Ситник Й. С. – К.: Алерта, 2008. – 456 с.
5. Яцун Л. М. Менеджмент організацій. / Л. М. Яцун, В. М. Селютін. – Харків: ХДУХТ, 2006 р. – 228 с.
6. Бесседін М.О. Основи менеджменту. Підручник. /Бесседін М. О. – К.: ЦУЛ, 2005. – 528 с.

Домбровський Антон Юрійович, студент групи ІМ-14, факультет менеджменту, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: antonio102@live.ru

Науковий керівник: *Оксана Владиславівна Безсмертна*, к.е.н., доцент, доцент кафедри підготовки менеджерів, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Anton Y. Dombrovskiy – Department of Management, Vinnytsia National Technical University, e-mail: antonio102@live.ru

Supervisor: **Oksana V. Bezsmertna**, Cand. Sc (Eng), Assistant Professor of Managers Training, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: okcana0709@yandex.ru

ОЦІНКА РЕЗУЛЬТАТІВ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Розкрито основні методичні підходи щодо оцінки ефективності та рівня інноваційного розвитку підприємства.

Ключові слова: інновації, інноваційний розвиток, ефективність, інноваційний проект.

Abstract

The basic methodological approaches to assess the efficiency and innovation of the company.

Keywords: innovation, innovative development, efficiency, innovative design.

Вступ

Здійснення інноваційного процесу на підприємствах визначається значною кількістю факторів та залежить від управлінських рішень, що приймають зацікавлені особи. Оцінка ефективності та рівня інноваційного розвитку машинобудівних підприємств є досить актуальним питанням, оскільки визначає напрямки та заходи щодо стимулювання та активізації інноваційної активності підприємств з метою забезпечення їх конкурентоспроможності.

Результати дослідження

Проведені дослідження виявили наявність значного теоретичного підґрунтя для формування методичної бази по оцінці рівня інноваційного розвитку підприємства. Оцінка підприємства за рівнем інноваційного розвитку дозволить виявити наявні проблеми та розробити ефективні рекомендації щодо його активізації. Дослідженням різних аспектів оцінювання інноваційного розвитку присвячені роботи вітчизняних та зарубіжних науковців, серед яких праці С.М. Ілляшенка [1], В. І. Костевка [2], Л.Д. Глущенко [3], Т.І. Кужди [4], А.А. Трифілової [5], Т.Й. Товт [6] та інших вчених-економістів. Проведений аналіз науково-методичної літератури показав відсутність єдиного підходу з окресленої проблематики, як в наукових колах, так і в практиці застосування єдиних заходів з оцінювання інновацій вищим менеджментом підприємств. Тому, при оцінці інноваційного розвитку підприємства, незважаючи на різні напрямки проведення такого оцінювання, ключовими аспектами процедури оцінювання є кінцевий результат обраного напрямку оцінювання інновації, або, іншими словами, результативність, а також оцінювання ефективності від здійснення інноваційних процесів на підприємстві [7].

Так, науковець Малюта Л. [8] запропонувала свою модель комплексного оцінювання ефективності інноваційної діяльності підприємства, за допомогою якої можна визначити інтегральний показник рівня його інноваційного розвитку.

Маслак О.І. та Квятковська Л.А. [9] оцінюють ефективність інноваційної діяльності на підприємстві як результат від впровадження інноваційного проекту, який, в свою чергу, оцінюється на основі наступних якісних показників, а саме: показника інтегрального ефекту (чистий дисконтований дохід); внутрішньої норми прибутковості (дохідності); рентабельності інвестицій в інноваційний проект; періоду окупності.

В науковій праці Кужди Т.І. [4, с. 9-11] були розроблені методичні положення по оцінюванню інновацій в поєднанні двох окремо взятих видів оцінювання – економічного та соціального. Соціально-економічне оцінювання інноваційного розвитку підприємств запропоновано здійснювати у трьох напрямках: інноваційний потенціал, маркетингове забезпечення інноваційної продукції, соціальний розвиток.

Трифілова А.А. узагальнила основні вимоги, згідно яких варто оцінювати ефективність продуктових та технологічних нововведень з позиції їх впливу на розвиток підприємства, та

запропонувала певну послідовність показників ефективності прийняття інноваційних рішень, які впливають на загальний рівень інноваційного розвитку підприємства [5, с. 35].

Принцип удосконалення методики оцінювання ефективності інноваційного розвитку представлено в праці Жежухи В.Й., де згідно кваліметрії використовується «специфічний математичний апарат, зокрема різноманітні методи математичного моделювання та математичної статистики, методи розпізнавання об'єктів, методи і процедури експертних оцінок, методи дослідження операцій тощо, які повністю чи частково можна застосувати до оцінювання інноваційності ... на підприємствах» [10, с. 293].

Висновки

Результативність інноваційного процесу показує, в якому ступені було досягнуто мети за рахунок впровадження інноваційних дій на підприємстві, тобто кількісний рівень впровадженої інновації, а ефективність дасть можливість охарактеризувати якісний ступінь задоволення в процесі впровадження інноваційних заходів відповідно до розрахованих кількісних показників інноваційної діяльності на підприємстві. На основі систематизації існуючих методичних підходів в сучасній економічній науці з оцінки інноваційного розвитку підприємства можлива розробка єдиних методичних рекомендацій з цього питання, які повинні ґрунтуватися на принципах урахування загальних проблем впровадження та розвитку інноваційних процесів на підприємствах, відповідності до вимог сучасної вітчизняної економіки, а також потребах ринку споживання інноваційної продукції (послуг). Отже, необхідно визначити ефективні шляхи удосконалення методики оцінки ефективності інноваційного розвитку підприємства, які дозволять вирішити проблему невизначеності та недооцінки інноваційних результатів в практиці інноваційної діяльності машинобудівних підприємств.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Ілляшенко С.М. Управління інноваційним розвитком : [Навч. посібн.] / С.М. Ілляшенко. – [2-ге вид., перероб. і доп.] – Суми: ВТД “Університетська книга”; К.: Видавничий дім “Княгиня Ольга”, 2005. – 324 с.
2. Костевко В.І. Методологічні питання оцінювання ефективності інноваційної діяльності підприємства / В.І. Костевко // Вісник Національного університету “Львівська політехніка”. Проблеми економіки та управління. – 2011. – № 698. – С. 66-73.
3. Глушенко Л.Д. Методичний інструментарій комплексної характеристики стану та оперативного прогнозування інноваційної діяльності промислового підприємства / Л.Д. Глушенко, Я.В. Крупський // Економічний простір: зб. наук. пр. / Придніпров. держ. акад. буд-ва та архіт. – Д. : ПДАБА, 2015. – Вип. 94. – С. 5 - 14.
4. Кужда Т.І. Соціально-економічне оцінювання та планування інноваційного розвитку машинобудівних підприємств : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня доктора економ. наук : спец. 08.00.04 “Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)” / Т.І. Кужда. – Львів, 2009. – 23 с.
5. Трифилова А.А. Оценка эффективности инновационного развития предприятия / А.А. Трифилова. – М.: Финансы и статистика, 2005. – 304 с.
6. Товт Т.Й. Методичні підходи до визначення показників ефективності інноваційної діяльності промислових підприємств в Україні / Т.Й. Товт // Науковий вісник НЛТУ України. – 2010. – № 20, (11). – С. 240-249.
7. Пілявоз Т.М. Методологічні підходи щодо оцінювання інноваційного розвитку підприємства [Електронний ресурс] / Т.М. Пілявоз // Ефективна економіка. – 2012. – № 4. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1085&p=1>. – Назва з екрана.
8. Малюта Л. Оцінювання рівня інноваційного розвитку промислового підприємства [Електронний ресурс] / Л. Малюта // Соціально-економічні проблеми і держава. – 2011. – № 1, (4). – Режим доступу: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2011/11mlytrp.pdf>. – Назва з екрана.
9. Маслак О.І. Система оцінки показників інноваційного потенціалу промислового підприємства [Електронний ресурс] / О.І. Маслак, Л.А. Квятковська // Ефективна економіка. – 2010. – № 9. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/index.php?operation=1&iid=298>. – Назва з екрана.
10. Жежуха В.Й. Кваліметричний підхід до оцінювання інноваційності технологічних процесів машинобудівних підприємств // Науковий вісник НЛТУ України: зб. наук. праць. – 2008. – № 18, (10). – С. 292-296.

Пілявоз Тетяна Миколаївна – к.е.н., старший викладач кафедри підготовки менеджерів, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, email: vitan2010@mbox.vn.ua

Piliavoz Tetiana – Ph.D. in economics, senior lecturer, department of training managers, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia

НЕСПОСТЕРЕЖУВАНА ЕКОНОМІКА ЯК ПЕРЕШКОДА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

У статті продемонстровано загрози функціонування неспостережуваної економіки в аграрному секторі України. Акцентована увага на сучасних тіньових економічних схемах. На основі аналізу емпіричних даних зроблено висновок про необхідність посилення відповідальності агентів ринку за участь у неспостережуваних економічних процесах.

Ключові слова: неспостережувана економіка, агент ринку, влада, аграрний сектор, регулювання.

Abstract

The article demonstrated threat to the functioning of the economy observed in the agricultural sector of Ukraine. The attention to modern economic shady schemes. Based on the analysis of empirical data concluded that the need for strengthening the responsibility of agents participating in the market for unobservable economic processes.

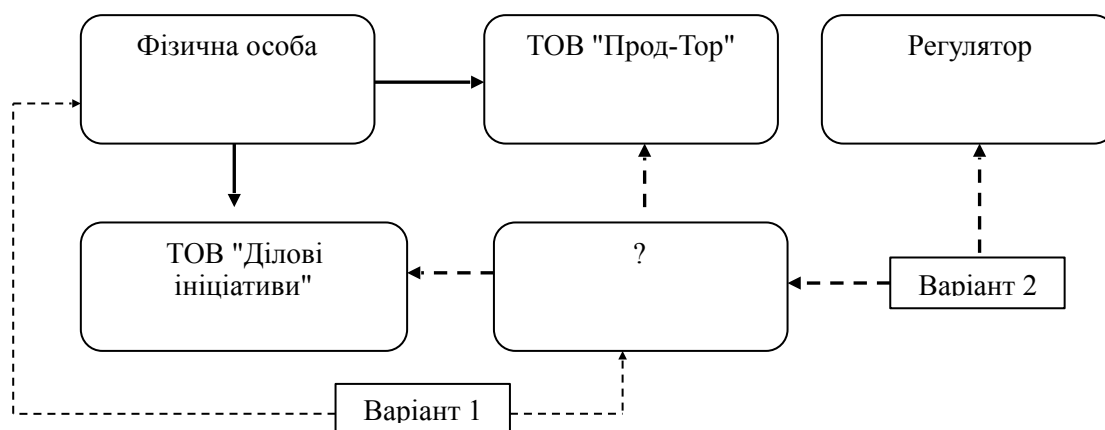
Keywords: observed economy, market agents, power, agricultural sector, regulation.

Вступ

Нині все частіше увага вчених-економістів зосереджується на неспостережуваних економічних процесах в контексті їх впливу на соціально-економічний розвиток територій. Очевидно також і те, що життєздатність та ефективність наукових розробок у цьому напрямку, повинна підтверджуватися практикою.

Результати дослідження

Процеси, які реально відбуваються в економіці, свідчать про необхідність підвищення контролю органів влади за фінансово-економічною діяльністю вітчизняних агентів ринку. Особливо гостро ця проблема проявляється в аграрній сфері. Наприклад, ТОВ "Прод - Тор" у 2015 р. сформуло для інших суб'єктів господарювання податковий кредит, який мав фіктивні ознаки, на суму близько 7 млн. грн. Необхідно відзначити, що основним видом діяльності агента було : оптова торгівля зерном, тютюном та кормами для тварин. Звертає увагу на себе той факт, що директором цього підприємства була фізична особа (рис. 1), яка одночасно була зареєстрована і директором іншого підприємства, а саме ТОВ "Ділові ініціативи", яке ніби то займалося посередництвом у торгівлі товарами.



Примітки:

— експліцитний зв'язок;

— імпліцитний зв'язок.

Рис. 1. Механізм створення та функціонування неспостережуваної схеми в аграрній сфері

Джерело: власні дослідження.

Слід відзначити, що у 2015 р. підприємству ТОВ "Ділові ініціативи" вдалося сформувати податковий кредит з ознаками фіктивності на суму більше 6 млн. грн. В момент державної реєстрації ТОВ "Прод-Тор" та ТОВ "Ділові ініціативи" фізична особа – директор перебувала в місцях позбавлення волі, а тому не могла фізично провести реєстрацію. Більш того, цікавим є те, як інші підприємства (наприклад, ПП "Династія-2012", ТОВ "АПК Поділля" та ін.) здійснювали підприємницьку діяльність з цими "підприємствами-примарами".

Таким чином, діюча система державного контролю за діяльністю вітчизняних агентів ринку залишається неефективною. Парадоксально, але новітні технології щодо здачі електронної звітності, лібералізація законодавства дозволяють підприємствам-правопорушникам тривалий час уникати відповідальності.

Повертаючись до розгляду ситуації на рис. 2, слід відзначити, що в основі неспостережуваних процесів знаходяться інституційні угоди [1-2]. Очевидно, що ця та / або інша подібна махінація є можливою за умови двох основних *варіантів* розвитку. **Варіант 1:** третя сторона ("?"), підробивши документи фізичної особи або взявши заздалегідь доручення, скористалася ситуацією з метою максимізації вартості. Між тим слід зразу відзначити, що цей варіант не містить системних небезпек, а характеризується елементами шахрайства. Звідси, по великому рахунку, з економічної точки зору, неважливо чи знаходиться третя сторона ("?") у змові з фізичною особою-директором.

На нашу думку, набагато небезпечніше для соціуму є **Варіант 2:** згідно з яким відбувається захоплення державного регулятора з метою проведення неспостережуваних економічних процесів. Безперечно, що в основі цього варіанту може лежати корупція окремих представників влади, які, маючи доступ до специфічної інформації щодо усунення фізичної особи (взяття під варту), забезпечили реєстрацію суб'єктів господарювання, а також провели ряд псевдофінансових операцій.

Отож, як бачимо, неспостережувана економіка може бути продуктом захоплення державного регулятора. Особливу увагу слід приділяти більш повному та ефективному використанню владного потенціалу щодо ідентифікації "ідейних натхненників" тінювих економічних схем.

Окремим питанням є аналіз згортання позитивних нарахувань по сплаті ПДВ. Так, станом на 01.01.2015 р. на Вінниччині найбільші суми переplat ПДВ до бюджету мали: ТОВ "ЛІВН Лімітед" – майже 6,1 млн. грн.; ТОВ "Віойл-Агро" – близько 3,2 млн. грн.; ТОВ "Агрона Фрут Україна" – близько 17,8 млн. грн. І хоча переplати формально здійснюються в рамках правового поля, проте і вони можуть виступати основою щодо проведення неспостережуваних економічних процесів.

Неспостережувані економічні операції характерні і для державних підприємств. Наприклад, у 2014 р. посадові особи ДП "Тростянецький спиртовий завод" незаконно зберігали, ймовірно з метою подальшого збуту, спирт загальним об'ємом близько 7400 дал. Необхідно відзначити, що відповідно висновку експертизи НДЕКЦ УМВС України у Вінницькій області зазначена спиртовмісна рідина не відповідала вимогам ДСТУ 4221:2003 "Спирт етиловий ректифікований. Технічні умови", оскільки її міцність становила близько 93,1%. Таким чином, в діях посадових осіб спиртзаводу вбачаються ознаки правопорушення, що передбачено ст. 204 КК України [3]. Отож, пошук ефективних механізмів контролю за вищим менеджментом державних підприємств є важливим завданням.

Особливої уваги потребують неспостережувані процеси в сфері банкрутства та взяття фінансових зобов'язань. Наприклад, у 2013 р. агент ринку ПП "Агротехпостач плюс" уклало угоду з ТОВ "Подільські цукроварні". Предмет угоди – поставка / прийняття та оплата запчастин. Слід відзначити, що відповідно до умов цієї угоди ТОВ "Агротехпостач плюс" передало ТОВ "Подільські цукроварні" запчастини до транспортних засобів на загальну суму близько 955 тис. грн. На момент укладання угоди ТОВ "Подільські цукроварні" здійснювало активну господарську діяльність. Наприклад, у агента ринку були серйозні активи : цукрові заводи у Чернівецькому, Крижопільському Тростянецькому районах Вінницької області; автотранспорт та ін. Важливо відзначити, що на протязі 2013-2014 рр. вищий менеджмент ПП "Агротехпостач плюс" неодноразово письмово звертався до керівництва ТОВ "Подільські цукроварні" щодо необхідності перерахування коштів за реалізовану продукцію, проте жодних конструктивних відповідей не отримав.

Принципово важливо відмітити, що у листопаді 2014 р. Господарський суд Вінницької області порушив провадження у справі про банкрутство ТОВ "Подільські цукроварні" (справа № 902/1608/14). Погасити свої зобов'язання ТОВ "Подільські цукроварні" не змогло, оскільки у підприємства відсутні основні засоби. Разом з тим, зі складу товариства "своєчасно" у законний спосіб були виведені цукрові заводи і на їх базі створено нові суб'єкти господарювання. Наприклад, створено ТОВ "Шугер К" (с. Капустяни Тростянецького району Вінницької області) на базі колишнього Капустянського цукрового заводу; підприємство ТОВ "Сато М" (с. Моївка Чернівецького району Вінницької області) утворилося на основі колишнього заводу "Моївський цукор"; ТОВ "Світкар" (с. Соколівка Крижопільського району Вінницької області) було створено на базі Соколівського цукрового заводу.

Підсумовуючи вищесказане слід відзначити, що забезпечення швидкого та стійкого соціально-економічного розвитку в державі можливо лише при умові ідентифікації неспостережуваної економіки.

Висновки

Таким чином, нині соціум практично позбавлений можливості встановити, що криється за реальними економічними процесами: об'єктивні перешкоди розвитку суб'єкта господарювання чи неспостережувані економічні процеси (опортуністична модель поведінки).

Разом з тим, загроза свідомого доведення суб'єкта господарювання до банкрутства з метою заподіяння фінансової шкоди іншим суб'єктам господарювання, як бачимо, залишається надзвичайно актуальною проблемою. В свою чергу, влада поки що не використала у повній мірі потенціал регулювання інституційного середовища у боротьбі з неспостережуваною економікою.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Мороз О. О. Контракти в аграрній економіці: реальність і перспективи : монографія / О. О. Мороз, В. М. Семцов. – Вінниця : ВНТУ, 2011. – 188 с.
2. Мороз, О.О. Інституціональна система аграрної економіки України : моногр. / О. О. Мороз; Вінниц. нац. техн. ун-т. – Вінниця : Універсум – Вінниця, 2006. – 438 с.
3. Україна. Закони. Кримінальний кодекс України від 05.04.2001 р. № 2341-III (із змінами та доповненнями) [Електронний ресурс]: Офіційний сайт Верховної Ради України. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2341-14>.

Володимир Михайлович Семцов – доцент кафедри підготовки менеджерів Вінницького національного технічного університету, м. Вінниця, e-mail: vova_sem@rambler.ru.

Vladimir Mikhailovich Semtsov – PhD (Economics), Associate Professor, of the Department of managers training Vinnytsia national technical university, Vinnitsia, e-mail: vova_sem@rambler.ru.

УПРАВЛІННЯ ЕФЕКТИВНІСТЮ ПЕРСОНАЛУ У ФАРМАЦЕВТИЧНОМУ БІЗНЕСІ

¹Вінницький національний технічний університет

²Вінницький коледж будівництва і архітектури КНУБА

Анотація

Розроблено рекомендації щодо забезпечення ефективного управління персоналом фармацевтичних компаній на підставі дослідження теоретичних та практичних засад ефективного управління персоналом у галузі.

Ключові слова: управління ефективністю персоналу, фармацевтичні підприємства, ефективність, робота з низькою ефективністю співробітників, регламентація діяльності.

Abstract

Recommendations to ensure effective HR pharmaceutical companies based on research of theoretical and practical principles of effective personnel management in the industry.

Keywords: Performance Management, pharmaceutical companies, efficiency, work with low efficiency of staff, regulation activities.

Вступ

Система управління персоналом організації є невід'ємною складовою її загального менеджменту, що спричинене усвідомленням того, що будь-яка організація (підприємство) – це складна динамічна соціально-економічна система, основою якої є її персонал [1]. Персонал організації є її основною рушійною силою, одночасно суб'єктом і об'єктом управління, що визначає як його особливості, так і важливість для забезпечення ефективності роботи усієї організації.

Реформування суспільних відносин в Україні торкнулося і фармацевтичної сфери, що не могло не відобразитись на управлінні галуззю та конкретними підприємствами. Оскільки ефективність діяльності будь-якої організації визначається ефективністю діяльності персоналу, це спричиняє необхідність пошуку нових ефективних прийомів та методів менеджменту та управління персоналом.

Теоретичні та практичні засади управління персоналом досліджувались низкою зарубіжних та вітчизняних авторів, питання запровадження сучасних передових методів та прийомів менеджменту, зокрема Performance Management, та їх застосування у сфері управління персоналом більшою мірою досліджуються практиками менеджменту у великих міжнародних компаніях на мікроекономічному рівні та широкого наукового поширення в Україні не мають.

Потребує удосконалення та подальших розробок питання використання інформації про персонал, одержаної в результаті застосування практичного інструментарію управління ефективністю персоналу, а також удосконалення прийомів та методів управління персоналом у сфері управління трудовим потенціалом.

Метою роботи є розроблення рекомендацій щодо удосконалення управління персоналом на підприємствах фармацевтичної галузі.

Результати дослідження

В умовах глобальної конкуренції та відкритості національних ринків для транснаціональних корпорацій, вітчизняні виробники перестали бути основними гравцями в галузі. На фармацевтичному ринку України діють як національні виробники, так і міжнародні компанії, які займаються як просуванням (через так звані маркетингові організації), так і виробництвом та дистрибуцією фармзасобів через мережу власних та національних представництв з дистрибуції.

Управління персоналом у фармацевтичній галузі має низку особливостей, що спричиняються як особливостями самої галузі, так і конкретним видом діяльності з виробництва, просування чи реалізації фармацевтичних засобів. Забезпечення якості на усіх етапах життєвого циклу нового фармпро-

дукту від проектування, виробництва до реалізації, у т. ч. при наданні інформації пацієнтам та лікарям є надзвичайною рисою галузі, що вимагає системного підходу до формування мотивації у працівників [2] до максимально ефективного виконання своїх завдань.

Враховуючи соціальну спрямованість фармацевтичної галузі, особливої уваги в ній заслуговують соціально-трудові відносини, специфіка яких полягає в тому, що професійна діяльність провізора характеризується великим діапазоном не тільки виробничих, але й психоемоційних навантажень. Підвищена відповідальність обумовлена необхідністю невідступного слідування принципам професійної етики і деонтології [3; 4] на усіх етапах виробництва та надання послуг, особливо за умов відсутності відповідного контролю за якістю призначень з боку держави, керівництва медичних закладів, страхових компаній та відповідних протоколів лікування.

Управління ефективністю персоналу

Необхідною умовою успішної діяльності будь-якої організації є ефективна робота персоналу. Системи управління персоналом є складовими усіх систем менеджменту. Досягнення цілей будь-якої компанії залежить від трьох основних чинників: обраної стратегії, організаційної структури і від того, яким чином ця структура функціонує – все це має бути об'єднане в найбільш ефективному підході до управління інтегрованими структурами. 90-ті роки XX століття ознаменувалися інтенсивним розвитком аналітичних систем, і на певному етапі була визнана необхідність їх інтеграції, як методологічної (функціональної), так і технологічної. З'явилися нові напрямки та теорії менеджменту, що почали активно впроваджуватись у практику, у першу чергу, крупних міжнародних компаній.

Кінцевою метою управління організаціями є досягнення нею ефективності. У сучасній системі менеджменту існує кілька основних систем управління ефективністю, які зарекомендували себе і з успіхом використовуються багатьма компаніями. Провідними методиками управління ефективністю за версією консалтингової групи «BI TO BE» (Росія) на сьогоднішній день є:

- Business Performance Management (BPM) – управління ефективністю бізнесу і її головна складова – система збалансованих показників (ССП);
- Economic Value Add (EVA) – додавання економічної вартості;
- Value Based Management (ВБМ) – ціннісно-орієнтоване управління;
- European Foundation for Quality Management (EFQM) – Європейська фундація управління якістю);
- Excellence Model (EM) – Модель досконалості;
- Total Quality Model (TQM) – повна модель якості;
- Malcolm Baldrige Quality Award (MBQA) – винагорода за якість Малькольма і Болдріджа;
- Management by Objectives (MBO) – управління за цілями П. Друкера [5].

Найбільш ефективною в даний час Консалтингова Група «BI TO BE» (Росія) вважає методіку Business Performance Management (управління ефективністю бізнесу), головним і основним елементом якої є Balanced Scorecard (система збалансованих Показників (СЗП) Нортон і Каплана [5], що, на нашу думку, також відповідає вимогам часу.

Система управління ефективністю персоналу стає частиною системи корпоративного управління ефективністю. Особливо актуальними методологія та практичний інструментарій методу виявляється у сферах, де складно визначити результати роботи у натуральному вираженні, як, це можливо, наприклад, у сфері фінансів чи при оцінюванні результатів роботи робочих-відрядників у сфері матеріального виробництва. Оцінювання результатів та управління багатьма категоріями персоналу вимагає особливого підходу та врахування особливостей цілей, завдань та певних характеристик персоналу, складно вимірюваних традиційними вимірниками у звичних системах.

Складність управління персоналом та ділової оцінки полягає у тому, що більшість систем оцінювання як складових систем управління повинні мати чітку кореляцію як із процесом цілепокладання, так і з процесом мотивації працівників і, крім того, вписуватись в організаційну структуру управління. Складність вирішуваних завдань, розгалуженість критеріїв та особливості методології оцінювання, що покладається на експертні судження, вимагає застосування спеціального програмного забезпечення як для обліку, інтерпретації результатів та управління на основі одержаної інформації.

Автоматизовані системи управління персоналом (АСУП) (від англ. Human Resource Management System (HRMS), у великих компаніях, як правило, є одним з модулів програмного забезпечення системи планування ресурсів підприємства (від англ. Enterprise Resource Planning System або скор. ERP).

Існує також підхід до Performance Management, у основі якого вужче розуміння цього поняття. Так, на думку фахівців консалтингової компанії «StepAhead», Performance management (управління ефективністю) – це програма підвищення ефективності, мотивації та стимулювання розвитку співробітників організації. Іншими словами, це система управління досягненнями, постійно діюча схема планування та оцінки діяльності працівників.

Її сенс у тому, що бізнес-процеси компанії організовуються на основі:

- цілепокладання: цілі та компетенції;
- оцінки діяльності персоналу;
- постійного зворотного зв'язку.

Управління ефективністю спрямоване як на підвищення ефективності роботи організації в цілому, так і на підвищення індивідуальної ефективності керівників і співробітників. Система управління досягненнями – це, по суті, система управління персоналом, що дозволяє підприємству формувати корпоративні плани навчання, підтримувати лояльність співробітників компанії, а також приймати рішення щодо змін оплати праці та виплати премій співробітникам. Узагальнено цілі та завдання учасників системи управління ефективністю персоналу за версією консалтингової компанії «StepAhead» подані у табл. 1 [6].

Таблиця 1

Цілі та завдання учасників системи управління ефективністю персоналу [6]

Компанія	Співробітник	Керівник
Підтримує ефективну систему управління персоналом; формує корпоративні плани навчання; підтримує лояльність співробітників; приймає рішення щодо змін оплати праці та виплати премій співробітникам	Розуміє, до чого треба прагнути і яких цілей досягати; отримує зворотний зв'язок від керівника про свою роботу; отримує адекватну винагороду за підсумками своєї роботи; розвивається, спираючись на індивідуальний план розвитку; будує свою кар'єру	Спрямовує діяльність співробітників за допомогою встановлення цілей; розбудовує відкриті і довірчі відносини з співробітниками; забезпечує зворотний зв'язок підлеглим щодо їх роботи; коректно оцінює підсумки роботи та навички співробітників вирішує питання про винагороду за підсумками роботи розвиває своїх підлеглих, складаючи індивідуальні плани розвитку

Систему Performance Management у консалтинговій компанії «StepAhead» зводять, фактично, до вужчого розуміння, концентруючись на персоналі як на ключовому чиннику організації, які по суті є соціально-економічними системами.

Ми поділяємо думку авторів, що представляють колектив консалтингової компанії «BI TO BE», відображену у [5], котрі визначають, що управління ефективністю персоналу є складовою частиною загальної системи управління ефективністю (бізнесу, корпорації тощо), її невід'ємним важливим компонентом, сконцентованим на завданнях, безпосередньо пов'язаних із зростанням ефективності віддачі персоналу компанії і включають увесь комплекс дій та процедур, необхідних для забезпечення якісного зростання трудового потенціалу та трудової віддачі організації. На їхню думку, система управління ефективністю носить приватний і конкретизований характер.

Управління ефективністю персоналу – один з ключових процесів, що забезпечує отримання реальних даних про рівень компетентності персоналу і його здатності до вирішення поставлених бізнес-завдань, що складається з наступних ключових елементів, відображених на рис. 1.

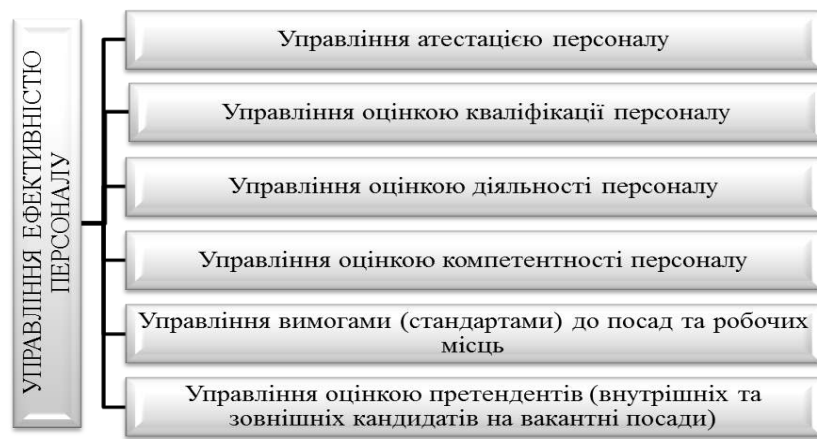


Рис. 1. Елементи управління ефективністю персоналу [5, с. 13]

Управління ефективністю персоналу включає управління ефективністю наступних процесів: оцінка персоналу; підбір персоналу; навчання персоналу; робота з кадровим резервом; управління компенсаційними пакетами; управління витратами на персонал; планування фонду оплати праці, його передача у фінансовий бюджет підприємства.

У процедурі управління ефективністю персоналу можна виділити такі основні етапи: встановлення цілей (цілепокладання); моніторинг досягнення цілей при обов'язковій реалізації системи зворотного зв'язку.

Цілепокладання або цільове управління персоналом є центральною ланкою процесу управління ефективністю персоналу, оскільки саме воно дозволяє спрямовувати діяльність організації на досягнення глобальних цілей через грамотне управління ефективністю персоналу, а потім оцінювати ступінь досягнення цих цілей. Цілі визначають напрямок розвитку організації і зазвичай декомпонуються в напрямку згори-донизу: від загальнокорпоративних орієнтирів до конкретних нормативів і дій.

Після встановлення цілей та їхньої декомпозиції на нижчі рівні управління, виникає завдання забезпечення зворотного зв'язку. Зворотній зв'язок реалізується через виконання співробітниками дій, необхідних для вирішення встановлених завдань, і доводяться до керівництва через показники діяльності, які характеризують фактичні результати. Критерії оцінювання або показники ефективності – це спеціальні вимірники, які дозволяють зіставити досягнутий рівень з тим рівнем, який вважається цільовим. Зворотній зв'язок не тільки дозволяє констатувати відхилення поточного стану від бажаного, встановити компенсацію для персоналу, але й забезпечує вхідну інформацію для коригування та уточнення встановлених цілей та їхніх характеристик у разі необхідності. Застосування такої процедури, яка покладена в основу системи управління ефективністю персоналу, в кінцевому рахунку сприяє ефективності розвитку [5, с. 12-15].

Важливе місце у системі управління персоналом та ділової оцінки займає оцінювання результатів праці персоналу. Оцінювання результатів праці різних категорій працівників (керівники, спеціалісти, інші службовці, робочі) визначається задачами, показниками, характеристиками та складністю досягнення результатів. Найпростіше виконати цю задачу для робочих відрядників, оскільки кількісні та якісні характеристики їхньої роботи виражаються в кількості та якості продукції. У загальному вигляді результати праці управлінського працівника характеризуються рівнем та ступенем досягнення цілей управління при найменших витратах. При цьому необхідно визначити кількісні та якісні показники, що відображають кінцеві цілі організації чи підрозділів. Для оцінювання результативності праці у фармацевтичному бізнесі використовують велику кількість показників, які повинні охоплювати обсяги роботи (наприклад, кількість проведених презентацій консультантом) та результати роботи (обсяги продажів, прибуток аптечної мережі). Для якісного проведення оцінювання використовують критерії – це так званий «поріг», при досягненні якого результати вважаються задовільними. Критерії відрізняються в залежності від складності, відповідальності та характеру роботи.

До інструментів управління ефективністю персоналу відносять: ключові показники ефективності, оцінку персоналу з наступним складанням планів особистого розвитку та формуванням програми подальшого навчання, мотивація співробітників тощо.

Управління ефективністю персоналу являє собою наростаючу спіраль: отримавши проміжний ре-

зультат, керівник проводить оцінку персоналу, складає програму розвитку і, добившись наступного результату, проводить оцінку знову. Розвиток співробітників повинен бути безперервним, а система мотивації за досягнення відповідною та адекватною потреbam працівників.

Рекомендації щодо удосконалення управління ефективністю персоналу у фармацевтичних компаніях

Для удосконалення роботи з управління персоналом вітчизняним компаніям слід активно запроваджувати системи Performance Management на усіх рівнях та в усіх підсистемах управління організації. Існує багато різних причин, за якими в організації необхідне впровадження системи управління ефективністю персоналу. У даному випадку під управлінням ефективністю розуміється моніторинг, оцінка та коригування того, як співробітники організації виконують свою роботу. Для забезпечення управління ефективністю персоналу варто використовувати такі напрямки роботи:

- удосконалення іміджу компаній як роботодавця;
- запровадження корпоративної культури та етики;
- удосконалення системи встановлення організаційних та особистісних цілей;
- забезпечення чіткої регламентації діяльності спеціалістів;
- уточнення критеріїв оцінювання результатів роботи персоналу;
- використання автоматизованих систем управління, електронного документообігу;
- запровадження програм роботи з низькою ефективністю співробітників тощо.

Розгляд сучасних теоретичних концепцій з кадрового менеджменту та досвід фахівців практичної діяльності у фармації доводять, що ключову роль в управлінні персоналом відіграє регламентація діяльності працівників. Регламентацію діяльності здійснюють з метою визначення відповідності працівника та виконуваної їм роботи в умовах певної фармацевтичної організації [6].

Отже, особистісна специфікація спеціаліста фармації повинна будуватися на ключових аспектах посадової інструкції з урахуванням вимог організації до працівника. Вона сприяє визначенню рис характеру, специфічних характеристик особи, попереднього досвіду, які необхідні для ефективного виконання роботи

Проведена регламентація діяльності спеціалістів фармації сприятиме як підвищенню ефективності підбору кваліфікованого персоналу на певні фармацевтичні посади, так і оптимальній оцінці роботи вже працюючих спеціалістів під час атестації, та визначенню потреби в їх подальшому навчанні, що суттєво підвищить ефективність їх подальшої роботи [6].

Важливим елементом роботи з персоналом є програма роботи менеджера з низькою ефективністю співробітників. За своєю сутністю робота менеджера з працівником по підвищенню його ефективності полягає у реалізації деяких важливих моментів: виявлення слабких місць у його компетенціях, процесі та результатах роботи та концентрація уваги працівника на тих елементах, які в інструменті «вікно Джохарі» (рис. 2) знаходяться за межами «відкритого вікна», особливо у сегментах, котрі є прихованими від об'єкта оцінки «невідомі мені» («сліпий» та «невідомий»), здійснення консультацій та коучинг.



Рис. 2. Вікно Джохарі

Основне завдання менеджера у процесі виконання програми роботи з низькою ефективністю персоналу – виявити прогалини та зменшити площу «сліпих зон», які заважають ефективній роботі працівника.

Висновки

Встановлено, що управління ефективністю персоналу (Performance Management) є одним з найважливіших елементів управління ефективністю компанії в цілому.

Існує також підхід до Performance Management, у основі якого лежить, суто практичне розуміння цього поняття. Так, управління ефективністю – це програма підвищення ефективності, мотивації та стимулювання розвитку співробітників організації; система управління досягненнями, постійно діюча схема планування та оцінки діяльності працівників.

Ефективність персоналу вимірюється не лише кількісними показниками, але й якісними, які можуть включати компетенції співробітників, тобто ті особисті якості, які необхідні працівнику для досягнення встановлених цілей. При цьому процедура управління включає у себе не тільки оцінювання, але й цілепокладання при обов'язковому застосуванні системи зворотного зв'язку на усіх етапах реалізації методу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Управління персоналом : навч. посіб. / А. О. Азарова, О. О. Мороз, О. Й. Лесько, І. В. Романець; ВНТУ. – Вінниця : ВНТУ, 2014. – 283 с. ISBN 978-966-641-601-1.
2. Науково-методичне обґрунтування управління персоналом на фармацевтичних промислових підприємствах в умовах інформатизації фармацевтичного ринку // Автореф. дис... канд. фармацевт. наук: 15.00.01 / Л.Ю. Бабінцева; Київ. мед. акад. післядиплом. освіти ім. П.Л.Шупика. –К., 2004. – 19 с.
3. Герасименко І. Напрями систематизації державного регулювання фармацевтичної галузі України на шляху до європейських стандартів / І. Герасименко // Вісник Національної академії державного управління при Президентові України. – 2007. – № 2. – С. 304–311.
4. Горницький С. Разработка системы обучения сотрудников аптек / С. Горницький // Менеджер по персоналу. – 2007. – № 12. – С. 39–41.
5. Система управления эффективностью персонала : Методическое пособие Консалтинговой группы ВІ ТО ВЕ [Електронний ресурс]. – Санкт-Петербург. – 2012. – Режим доступу: http://www.bitobe.ru/tp1/docs/pdf/upravlenie_effektivnistiyu_personala.indd.pdf. – Назва з екрану.
6. Управление эффективностью организации. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A3%D0%BF%D1%80%D0%B0%D0%B2%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5%D1%8D%D1%84%D1%84%D0%B5%D0%BA%D1%82%D0%B8%D0%B2%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%8C%D1%8E_%D0%BE%D1%80%D0%B3%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D1%86%D0%B8%D0%B8. – Назва з екрану.
7. Толочко В. М. Сучасні підходи до управління персоналом фармацевтичних організацій [Електронний ресурс] / В. М. Толочко, Л. В. Галій // Провізор. – 2008. – № 13. – Режим доступу: http://www.provisor.com.ua/archive/2008/N13/galij_138.php?part_code=17&art_code=6688.

Кучук Юлія Володимирівна — слухач групи 1М-15, центр післядипломної освіти, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: iulia.kuchuk@gmail.com;

Романець Ірина Вікторівна — асистент кафедри підготовки менеджерів, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: romanets.ira@gmail.com;

Гончаренко Тетяна Вікторівна — викладач, голова циклової комісії економічних дисциплін. Вінницький коледж будівництва і архітектури Київського національного університету будівництва і архітектури, Вінниця, n, e-mail: tanya6465@gmail.com.

Kuchuk Iuliia V. — Department of Menegers Insituty, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: iulia.kuchuk@gmail.com.

Romanets Iryna V. — Tutor of the Chair of Managers Training, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: romanets.ira@gmail.com;

Goncharenko Tetiana V. — Lecturer, Head of the Cyclic Commission of Economics, Vinnytsia College of Construction and Architecture of Kyiv National University of Construction and Architecture, e-mail: tanya6465@gmail.com.

ЗАСТОСУВАННЯ МЕТОДУ ІСІКАВИ В УПРАВЛІННІ ЯКІСТЮ ШВИДКОЗАМОРОЖЕНИХ ПЛОДООВОЧЕВИХ ПРОДУКТІВ

¹ Вінницький національний технічний університет

² Київський національний торговельно-економічний університет

Анотація

На основі аналізу причинно-наслідкових зв'язків якості швидкозаморожених продуктів та основних чинників впливу визначені вектори стабілізації якості. Виявлені потенційні причини виникнення дефектів з метою мінімізації ймовірності їх виникнення.

Ключові слова: управління якістю, швидкозаморожені плодовоовочеві продукти, чинники впливу, причинно-наслідкові зв'язки.

Abstract

The vectors of stabilization of quality is located on the basis of the analysis of the cause-effect ties of the quality of the food and quick-frozen primary factor of influence. A possible reasons for the appearance of minimizitsii of the possibility of their occurrence are found.

Keywords: quality management, frozen fruits and vegetables products, factors of influence, cause-effect connections.

Асортиментна структура ринку харчових продуктів зазнає постійних змін. Сприяє цьому вдосконалення способів переробки харчових продуктів, глобалізація та усунення технічних бар'єрів у торгівлі. В останні роки в Україні та світі спостерігається тенденція до збільшення попиту на плодовоовочеві продукти з максимальним ступенем їх готовності до безпосереднього споживання та використання для приготування різноманітних страв. При цьому плоди та овочі повинні мати органолептичні властивості, характерні вихідній плодовоовочевій сировині. Про сталість попиту на швидкозаморожену плодовоовочеву продукцію, яка відповідає вищезазначеним вимогам, опосередковано свідчить позитивна динаміка виробництва швидкозаморожених плодів і овочів в Україні (табл. 1).

Таблиця 1

Обсяги виробництва швидкозаморожених плодів і овочів в Україні [1]

Види продуктів	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.*
Плоди, т	3350	7375	7459	10238
Овочі, т	12154	15667	17722	20428

Примітка: * – обсяг виробництва у січні-листопаді.

Проте наявність на ринку України широкого асортименту швидкозаморожених продуктів зарубіжного виробництва зумовлює необхідність розроблення та впровадження на вітчизняних підприємствах заходів, спрямованих на стабілізацію якості виробленої продукції, що забезпечить конкурентоспроможність продукції та виробничого підприємства.

Дані наукових джерел підтверджують, що основними чинниками формування і збереження якості швидкозаморожених плодовоовочевих продуктів є видові та сортові особливості рослинної сировини; терміни збору врожаю; умови, тривалість транспортування й зберігання плодів і овочів перед заморожуванням; технологія заморожування; способи пакування; умови зберігання, транспортування і реалізації замороженої продукції; способи розморожування. Водночас результативність управління якістю залежить від повноти охоплення множини чинників формування якості управлінським впливом.

Авторами встановлено, що більшість підприємств України, які функціонують на ринку швидкозаморожених продуктів, директивно обирають стратегію щодо підвищення ефективності управління якістю. При цьому, вибираючи заходи її реалізації, переважно використовують методи проб та помилок – спочатку здійснюється захід, а потім відслідковується його вплив на результат, зокрема на якість виробленої продукції [2].

Метою роботи було встановлення причинно-наслідкових зв'язків між якістю швидкозаморожених плодоовочевих продуктів і чинниками, що впливають на неї.

Для структурованого аналізу використано метод Ісікави, який формалізовано представлено у вигляді діаграми причинно-наслідкових зв'язків. Алгоритм побудови причинно-наслідкової діаграми зв'язків передбачав формулювання проблеми для вирішення: формування та стабілізація якості продукції протягом життєвого циклу; виявлення найістотніших чинників впливу (чинники першого порядку); виявлення сукупності причин, що впливають на чинники першого порядку – чинники другого, третього і наступного порядків; аналіз діаграми: ранжування чинників за значущістю, встановлення тих причини, які піддаються корегуванню [3, 4].

Для виявлення причин першого та наступних порядків, які впливають на формування і збереження якості продукції та встановлення їх значущості використано груповий метод аналізу – «мозкова атака» та метод ранжирування.

Значущість чинників впливу визначено на підприємстві через відхилення від середніх показників та представлено лінгвістичними змінними "низький", "середній", "високий". Перетворення нечітких значень до чітких здійснювали за методом центра тяжіння [5].

На *рис. 1* представлено сукупність чинників впливу на якість швидкозаморожених плодоовочевих продуктів в процесі їх виробництва та товаропросування та вагомість кожного з них.

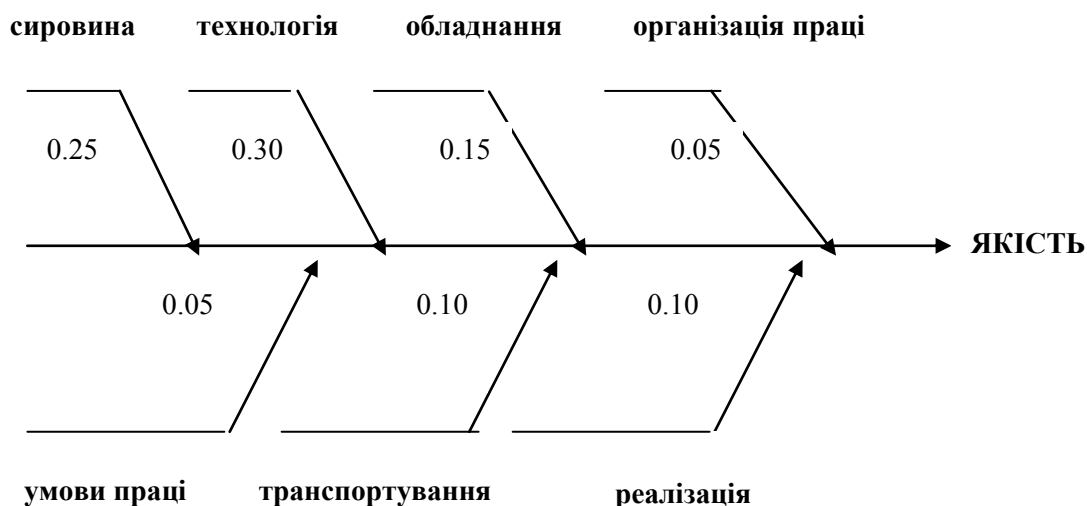


Рис. 1. Вагомість чинників формування та збереженості якості швидкозамороженої плодоовочевої продукції

Маючи таку модель, можна не тільки спрогнозувати якість, а й спрямувати управлінські дії на визначені вектори стабілізації якості. Деталізацією причинно-наслідкової діаграми зв'язків першого порядку встановлено, що основна увага на етапі вибору та підготовки сировини до заморожування повинна бути спрямована на контроль дотримання умов її транспортування і зберігання та відповідність плодів і овочів ступеню стиглості, оптимальному для кожного виду плодоовочевої сировини, призначеної для холодильного консервування.

Найбільш вагомими і проблемними в технології є чинники, зумовлені якістю обладнання, документації, та організацією контролю дотримання технології, значущість яких становить 0.7; 0.15; 0.15 відповідно. Не менш значущим є і організація безперервності технологічного процесу.

При організації праці та забезпеченні необхідних умов роботи, вітчизняним виробникам особливу увагу слід приділяти організації робочого місця та забезпеченню відповідної кваліфікації працівників. Кваліфікація працівників, як причина другого порядку, може бути деталізована такими причинами

третього порядку як плинність кадрів, знання посадової інструкції, рівень освіти, ефективність функціонування системи підвищення кваліфікації тощо.

При організації транспортування швидкозамороженої продукції основний акцент спрямовується на першочергову необхідність розроблення та впровадження у практику товаропостачання автоматичних пристроїв контролю температури в транспортному засобі впродовж транспортування. На етапі реалізації – встановленні відповідності технічного стану холодильного обладнання у торговельній мережі нормативним вимогам

На основі викладеного можна стверджувати, що застосування методу Ісікави дозволяє встановити залежність якості готового продукту від основних чинників її формування (сировини, технології, організації та умов праці, транспортування, реалізації), виявити потенційні причини виникнення дефектів та мінімізувати ймовірність їх виникнення. А формування системи управління якістю повинно ґрунтуватися на принципах безперервності, поєднання методу аналізу причинно-наслідкових зв'язків з експериментальними дослідженнями якості продукції.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Виробництво та реалізація окремих видів продукції [Електронний ресурс] : Держ. ком. статистики України. Режим доступу до сайту: http://ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2015/pr/vr_rea_ovpp/vr_rea_ovpp_u/arh_vr_rea_ovpp_u.html
2. Белінська С.О. Ефективність управління виробництвом швидкозаморожених плодоовочевих продуктів / С.О.Белінська, О.О. Мороз // Товари і ринки . – 2012. – №1 – С. 52 – 63.
3. Шахов В. М. ISO 9000. Системы управления качеством: от идеи до воплощения: Методики. Примеры. Шаблоны. Инструментарий : [монография] / Ша-хов В. М., Голубенко А. Л., Петренко Р. В. – Луганск: ОАО «ЛОТ», 2004. – 204 с.
4. Ребрин Ю.И. Управление качеством: Учебное пособие / Ю.И. Цебрин. – Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2004. – 174с.
5. Ротштейн А. П. Интеллектуальные технологии идентификации: нечеткая логика, генетические алгоритмы, нейронные сети / А. П. Ротштейн. – Винница: УНІВЕРСУМ-Вінниця, 1999. – 320с.
6. Шахов В. М. ISO 9000. Системы управления качеством: от идеи до воплощения: Методики. Примеры. Шаблоны. Инструментарий : моногр. / В. М. Шахов, А. Л. Голубенко, Р. В. Петренко. — Луганск : ОАО "ЛОТ", 2004. — 204 с.

Мороз Олена Омелянівна, д.е.н., професор, завідувач кафедри підготовки менеджерів, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: lmoroz63@mail.ru

Белінська Світлана Омелянівна, д.т.н., професор, завідувач кафедри товарознавства, управління безпечністю та якістю, Київський національний торговельно-економічний університет, м. Київ, e-mail: nmktovaroved@mail.ru

Olena O. Moroz, Dr. Sc. (Economic), Professor, Head of Department of Managers Training, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: lmoroz63@mail.ru

Svitlana O. Belinska, Dr. Sc. (Eng), Professor, Head of Department commodity research, safety management and quality, Kyiv National University of Trade and Economics, Kyiv, e-mail: nmktovaroved@mail.ru

АНТИКРИЗОВЕ УПРАВЛІННЯ ТА ЗАПОБІГАННЯ БАНКРУТСТВУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

У статті обґрунтовано необхідність превентивної складової в антикризовому управлінні підприємством, охарактеризовано основні складові системи фінансової діагностики та запобігання кризі, окреслено основні методичні підходи до діагностики імовірності банкрутства.

Ключові слова: Банкрутство, превентивне управління, фінансова діагностика, антикризове управління, фінансова стійкість.

Abstract

In the article the necessity of preventive component of a crisis management of a company was grounded, the main components of the financial diagnostics system and crisis prevention were described, the basic methodological approaches to diagnosis of the probability of bankruptcy were outlined.

Keywords: Bankruptcy, preventive management, financial diagnosis, crisis management, financial stability.

Масштабна економічна криза, що спостерігається протягом кількох років в Україні, чинить істотний вплив на фінансовий стан більшості підприємств країни, актуалізуючи питання запобігання банкрутству та антикризового управління на мікрорівні. Зважаючи на це, слід розглянути особливості антикризового управління підприємством та виявити резерви ефективного використання усіх можливостей даного виду управлінської діяльності.

Безперечно, одне з головних завдань антикризового управління полягає у своєчасному виявленні загрози банкрутства. У цьому розумінні превентивне антикризове управління розглядається у сучасній науковій літературі як один з важливих інструментів системи контролінгу та основа безперебійної роботи організації [1]. В свою чергу, для своєчасного виявлення ознак формування кризового сценарію розвитку підприємства необхідно використовувати інструментарій фінансової діагностики. Фінансова діагностика підприємства з позицій превентивного антикризового управління являє собою процес ідентифікації стану суб'єкта господарювання на основі аналізу і синтезу статистичної інформації з метою вчасного виявлення вад та переваг його розвитку, визначення проблемних сфер його діяльності і розроблення превентивних заходів щодо поліпшення такого стану на певному етапі у визначений проміжок часу [2].

Таким чином, діагностика проблеми є відправним моментом її вирішення чи локалізації. Для діагностики вірогідності можливого банкрутства використовують такі підходи:

- трендового аналізу широкої системи критеріїв та ознак;
- обмеженої кількості показників; інтегральних показників;
- рейтингових оцінок на базі ринкових критеріїв фінансової стабільності підприємства.

Слід зазначити, що зазвичай до банкрутства підприємства призводить погіршення всіх показників, які визначають його фінансову стійкість, тому саме на них базується аналіз імовірності виникнення такого стану [3].

Основними завданнями діагностики підприємства, як превентивного заходу запобігання його банкрутства, на наш погляд, є такі:

- неупереджене оцінювання вузького кола вагомих чинників зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства;
- виявлення найбільш проблемних сфер діяльності та оцінка ступеня їх впливу на фінансову стійкість підприємства;
- оцінювання загрози банкрутства;
- проведення експрес-діагностики фінансового стану підприємства, виявлення ознак прихованого

банкрутства або доведення до стану банкрутства;

- аналіз отриманих результатів як з позицій поточного стану так і з позицій довгострокової перспективи розвитку підприємства;
- підготовка та обґрунтування програми дій для попередження небажаного сценарію розвитку підприємства (або, у випадку нормального фінансового становища, програми сталого перспективного розвитку підприємства).

Вирішення цих завдань дозволяє вищому керівництву вчасно ідентифікувати можливі загрози нормальному функціонуванню і вчасно скоригувати траєкторію розвитку підприємства, вживши превентивні заходи. Саме це й відіграє важливу роль під час вибору методу оцінювання підприємства та надає перевагу економічній діагностиці порівняно з іншими підходами аналізу й оброблення економічної інформації. У випадку, коли за результатами діагностики було виявлено ознаки формування кризи підприємства, необхідно здійснити більш глибокий аналіз, який дозволить спрогнозувати хід розвитку кризи (глибину і тривалість), виконати прогноз витрат і результатів, тобто виявити доцільність і спрямованість заходів для ліквідації явних загроз безпеці існування підприємства. При ухваленні рішення щодо виходу з даної ситуації є дуже важливим спрогнозувати можливість досягнення нової мети, виконання знову встановлених стандартів і виявити ті наслідки (економічного, політичного, екологічного характеру), що очікують підприємство після виходу його з кризи.

Таким чином, у статті обґрунтовано домінуючу роль фінансової діагностики як частини системи антикризового управління. Важливість цієї складової обумовлена її превентивною функцією, що дозволяє завчасно виявити ознаки кризового розвитку та вчасно вжити коригуючі заходи.

Перспективами подальших досліджень є аналіз методологічних підходів до проведення діагностики банкрутства та їх адаптація до специфіки функціонування підприємств в Україні.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ:

1. Мороз О. В. Інституціональні особливості превентивного антикризового управління підприємством [Текст] : монографія / О. В. Мороз, І. В. Шварц. - Вінниця : УНІВЕРСУМ – Вінниця, 2006. - 146 с.
2. Соколова Л.В. Теоретичне забезпечення діагностики як превентивний захід запобігання банкрутства підприємства / Л. В. Соколова, О. В. Полозова // Вісник НТУ «ХПІ». – 2014. – № 65 (1107). – С.154-162.
3. Троц І.В. Управління ризиками та підприємстві та шляхи їх нейтралізації / І.В. Троц // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2013. – №2. – Т.1. – С. 46-51.

Ірина Володимирівна Шварц – к.е.н., доцент кафедри підготовки менеджерів, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, s.irinach502@gmail.com

Дмитро Миколайович Компанець – студент групи 2М-14, факультет менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Irina V. Shvarts – Sc. (Econ), Assistant Professor of the Chair of Managers Training, Vinnitsia National Technical University, Vinnitsia, s.irinach502@gmail.com

Dmitro. M. Companets – the student of 2M-14 gr., Department of Management, Vinnitsia National Technical University, Vinnitsia.

СУЧАСНІ МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ ТОВАРНИМ АСОРТИМЕНТОМ ТА СКЛАДСЬКИМИ ЗАПАСАМИ В ТОРГОВЕЛЬНІЙ МЕРЕЖІ

Національна мережа будівельно-господарських гіпермаркетів «Епіцентр К»

Анотація

Розглянуто сучасні методи управління товарним асортиментом та складськими запасами в торговельній мережі. Розроблено варіанти інтегрованих методів аналізу.

Ключові слова: товарний асортимент, складські запаси, метод, аналіз, управління.

Abstract

Modern methods of controlling commodity inventory and the warehouse stores in the retail exit network is considered. The possibilities of the whole way of analysis is considered.

Keywords: the selection of merchandise, supplies in the warehouse, a method, analysis, the management.

Забезпечення відповідності обсягу і структури закупівель товарів є необхідною умовою для забезпечення оптимального покриття асортименту торговельної мережі.

Використання математико-статистичних методів проведення аналізу засвідчило на практиці високу ефективність прийняття рішень у формуванні товарного асортименту та оптимізації складських залишків. Найбільш широкого поширення на практиці здобули методики на основі ABC, FMR та XYZ-аналізів [1, 2, 3].

ABC-аналіз – метод, який дозволяє класифікувати асортимент товарів, складські запаси за ступенем їх важливості у відповідності до певного параметру (надходження коштів, прибутку і т.д.). Методика проведення даного аналізу побудована за принципом Парето: за більшість можливих результатів відповідає відносно незначна кількість причин, в даний час відомого як «правило 20:80». В роздрібній торгівлі це правило інтерпретується так: 20 відсотків товарів забезпечують 80 відсотків прибутку.

Товари за цим аналізом умовно розділяють на три категорії:

А – найбільш цінні: 20% асортименту – 80% продажів;

В – проміжні: 30% асортименту – 15% продажів;

С – найменш цінні: 50% асортименту – 5% продажів.

Як бачимо результатом аналізу є групування за ступенем впливу на загальний результат.

FMR-аналіз – метод дослідження товарного асортименту за частотою (інтенсивністю) попиту серед покупців.

В управлінні збутом параметр «інтенсивності попиту» на товар (іншими словами частота запиту покупців на ті або інші групи товарів) є важливим критерієм позиціонування товарних груп в маркетинговій стратегії управління асортиментом.

За частотою звернень (покупок) асортимент умовно розділяють на три групи:

F (Fastest) – товари, які найбільш часто запитують (80% від загальної кількості);

M (Medium) – менш запитувана категорія товарів (15 % від запитів);

R (Rare) – товари, які запитують рідко (5 %).

Розглянутий вище метод ранжування товарів відображає одну із граней сутності роздрібно торгівлі: мережа прагне продати якомога більше товарів групи А для забезпечення прибутковості, а покупець прагне бачити в точках продажу групу А (тобто F) по кількості запитів (покупок). Ці два переліки товарів відрізняються, тому щоб продати покупцю те що вигідно магазину, потрібно мати в наявності той асортимент, потреба в якому є саме у покупця. В роботі зі складськими запасами дану методику використовують для визначення місць складування товарних запасів, так товари групи F розміщують в найбільш доступних місцях зберігання.

XYZ-аналіз дозволяє провести класифікацію товарних позицій магазину в залежності від характеру споживання та точності прогнозування змін в їх попиті протягом певного часового

проміжку. Здебільшого його проводять за такими параметрами: продажі в одиницях виміру (шт., уп. і т.д.) або кількість чеків. В основі аналізу лежить визначення коефіцієнту варіації – середньоквадратичного відхилення досліджуваного параметру.

Категорія X – товари характеризуються стабільною величиною попиту і високою точністю прогнозу: коливання в їх обсягах продажів незначні. Значення коефіцієнту варіації від 0 до 10 %;

Категорія Y – товари характеризуються відомими тенденціями визначення попиту на них та середніми можливостями їх прогнозування. Коефіцієнт знаходиться в межах від 10 до 25 %;

Категорія Z – попит на товари нерегулярний, тенденції попиту складно визначити, точність прогнозування невисока. Значення коефіцієнту – більше 25 %.

Зазначимо, точність проведення такого дослідження суттєво залежить від кількості досліджуваних періодів та їх дискретності (тиждень, декада, місяць) – чим більша кількість періодів, тим більш інформативними будуть результати. На практиці номінальною умовою є наступна: кількість досліджуваних періодів повинна відповідати періоду обороту товару (товарної групи).

Слід зауважити, роздрібній торгівлі реальне значення коефіцієнта варіації для різних товарних груп може суттєво відрізнятися в силу таких причин: сезонність продажів, тренди моди, акції лояльності, відсутність товару у постачальників. Фактично XYZ-аналіз вказує на рівень ймовірності затребуваності того чи іншого товару, тому реальна інформативність отриманих результатів на практиці є відносно невисокою для стратегії формування складських запасів.

При використанні методів дослідження на основі ABC- та FMR-аналізу визначальне місце при віднесенні товарів до тієї чи іншої групи має розмір внеску певного товару в загальний результат, при XYZ-аналізі така роль відводиться ступеню рівномірності попиту і точності його прогнозування.

Використання розглянутих методів дозволяє отримати окрему характеристику структури товарного асортименту в певному аналітичному зрізі. На практиці в роздрібній торгівлі широкого поширення здобуло проведення систематичних досліджень на основі інтегрованих ABC/FMR/XYZ -аналізів. Типовими комбінаціями є ABC/XYZ-аналіз та ABC/FMR-аналіз. Це дозволяє отримати комплексну характеристику товарного асортименту, краще упорядкувати структуру закупівель в сторону збільшення в складі долі більш рентабельних та затребуваних покупцями товарів.

Розглянемо приклади інтегрованих аналізів.

	A	B	C
X	Високий виторг Стабільний попит (цемент, цегла)	Середній виторг Стабільний попит (побутові миючі засоби)	Низький виторг Стабільний попит (жуйки, серветки)
Y	Високий виторг Попит коливається (фасадна фарба, шкільні зошити)	Середній виторг Попит коливається, сезонний (сонцезахисні окуляри)	Низький виторг Попит коливається, сезонний (декоративні рослини відкритого ґрунту)
Z	Високий виторг Епізодичний попит (електрогенератор 300 кВ)	Середній виторг Епізодичний попит (вогнетривкий гіпсокартон)	Низький виторг Епізодичний попит (балалайки)

	A	B	C
F	Високий виторг та оберт (цемент, цегла, стретч)	Середній виторг Високий оберт (побутові миючі засоби)	Низький виторг Високий оберт (жуйки, серветки, канцтовари)
M	Високий виторг Середній оберт (фасадна фарба, шкільні зошити)	Середній виторг та оберт (сонцезахисні окуляри)	Низький виторг Середній оберт (декоративні рослини відкритого ґрунту)
R	Високий виторг Низький оберт (електростанція 300 кВ)	Середній виторг Низький оберт (вогнетривкий гіпсокартон)	Низький виторг та оберт (балалайки, художні елементи оформлення стилю кімнати)

На практиці ABC/XYZ-аналіз раціонально проводити за надходженням коштів за проданим товаром та кількості чеків придбання, ABC/FMR-аналіз – за надходженням коштів та продажу товару в одиницях виміру (шт., уп.). Періодом для вхідних даних досліджень, здебільшого обирається календарний місяць.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Сысоева С.В. Большая книга директора магазина / С. В. Сысоева, Г. Г. Крок. – СПб.: Питер, 2015. – 464 с.
2. Бузукова Е. А. Ассортимент розничного магазина: методы анализа и практические советы / Е. А. Бузукова. – СПб.: Питер, 2007. – 176 с.
3. Стыгарь А. Анализ эффективности товарных категорий и брендов компании / А. Стыгарь Сборник статей, 2013. – Режим доступа: <http://s-tigers.com.ua/book1/>

Чижик Сергій Миколайович, економіст з фінансової роботи, Національна мережа будівельно-господарських гіпермаркетів «Епіцентр К», м. Вінниця, e-mail: [sergey_chyzhyk @ukr.net](mailto:sergey_chyzhyk@ukr.net)

Sergey M. Chyzhyk, economist of the financial work, Building Hypermarket Epicentr K, Vinnytsia, e-mail: [sergey_chyzhyk @ukr.net](mailto:sergey_chyzhyk@ukr.net)

Особливості управління якістю продукції в умовах інтеграції до світового співтовариства

Вінницький національний технічний університет, факультет менеджменту

Анотація

В статті розглянуто особливості управління якістю продукції в умовах глобалізації. Проаналізовано чинники формування якості продукції. Запропоновано комплекс заходів по забезпеченню якості продукції за технічним, економічним та організаційним напрямками.

Ключові слова

Якість, якість продукції, конкурентоспроможність, чинники формування якості, шляхи вдосконалення якості.

Abstract

This article reviews the main approaches of quality management in the context of globalization. The factors forming quality were analyzed. A complex of measures to ensure the quality of products on the technical, economic and organizational areas was offered.

Keywords

Quality, product quality, competitiveness, factors shaping quality, ways to improve quality.

В умовах ринкових перетворень в економіці України, які характеризуються посиленням процесів глобалізації, загостренням конкуренції, виникає необхідність пошуку нових шляхів підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств. При цьому конкурентоспроможність підприємства залежить перш за все від його здатності задовольняти потреби споживачів продукції, найважливішим параметром оцінки якої є якість.

Зростання конкурентної боротьби за споживача та вступ України до СОТ вимагають суттєвих змін в умовах роботи підприємств харчової промисловості щодо поліпшення якості товарів та послуг, зокрема необхідні більш ефективні заходи контролю за якістю продукції харчової промисловості. Позитивним фактором у вирішенні цієї проблеми можна вважати впровадження на вітчизняних підприємствах харчової промисловості міжнародних систем управління якістю харчової продукції.

Для України зі вступом до СОТ набирають актуальності питання щодо виробництва конкурентоспроможної продукції, яка могла б реалізовуватися в європейських країнах і відповідала б міжнародним стандартам [1].

Вдосконалення управління якістю належить до наукових напрямів, які достатньо активно вивчаються. До фундаментальних праць в галузі управління якістю належать роботи таких зарубіжних вчених як М. Беста, Е. Демінга, Дж. Джурана, Ф. Кросбі, О. Уільямсона, А. Робертсона, А. Фейгенбаума, Дж. Харрінгтона, М. Мінору, І. Муто, Ш. Шінгу та ін. За радянських часів вагомим науковим внеском в теорію управління якістю стали розробки Г. Азгальдова, Л. Бадалова, О. Глічева, В. Панова та ін. Останнім часом дані проблеми активно досліджуються на пострадянському просторі, у т.ч. в Україні. До таких робіт слід віднести праці Ю. Адлера, П. Калити, Ю. Койфмана, Д. Крисанова, О. Орлова, М. Шаповала та ін.

Забезпечення належної якості продукції – це вимога часу, сучасної дійсності, коли будь-який товар задовольняти споживача не може, як це було при командно-адміністративній системі. У нинішніх умовах споживач продукції є регулятором її рівня виробництва і попиту на ринку.

Якість продукції формується під впливом таких важливих чинників:

- активне прагнення підприємств до оперативного використання досягнень науково-технічного прогресу;
- ретельне вивчення вимог внутрішнього і міжнародного ринків, а також потреб різноманітних категорій споживачів;
- інтенсивне використання творчого потенціалу персоналу через навчання, виховання, систематичне підвищення кваліфікації, різноманітну мотивацію матеріального та морального

характеру.

Важливими властивостями для оцінки якості є:

- 1) технічний рівень, що відбиває матеріалізацію в продукції науково-технічних досягнень;
- 2) естетичний рівень, що характеризується комплексом властивостей, пов'язаних з естетичними відчуттями і поглядами;
- 3) експлуатаційний рівень, пов'язаний з технічною стороною використання продукції (догляд за виробом, ремонт і т.п.);
- 4) технічна якість, що припускає гармонічне ув'язування передбачуваних і фактичних споживчих властивостей в експлуатації виробу (функціональна точність, надійність, тривалість терміну служби).

Підвищення якості продукції повинно базуватися на основі розробки комплексної, взаємопов'язаної системи технічних, організаційних, економічних і соціальних та мотиваційних заходів, що забезпечують необхідний рівень якості на всіх стадіях виробництва і споживання продукції. Важливою умовою при їх формуванні є досягнення "господарського ефекту" за рахунок зменшення вартості виробів [2].

Тому вважаємо доцільним впровадження заходів по підвищенню якості продукції одночасно:

1. за технологічним напрямком:
 - техніко-технологічна досконалість виробництва (використання досягнень науки і техніки в процесі проектування виробів, удосконалення застосування стандартів і технічних умов);
 - досконалість засобів виробництва (запровадження новітніх технологій, забезпечення належної технологічної оснащеності виробництва);
 - удосконалення системи контролю за якістю сировини, матеріалів, готової продукції;
2. за економічним напрямком:
 - ефективність управління витратами на якість;
 - рівень інвестиційного забезпечення модернізації;
 - ефективність системи логістики;
3. за організаційним напрямком:
 - формування організаційної культури та філософії організації;
 - використання ефективної системи мотивації;
 - лідерство та фахова компетентність середнього та вищого менеджменту;
 - якість промислово-виробничого персоналу;
 - дотримання технологічної дисципліни;
 - проведення сертифікації продукції і послуг згідно міжнародних сертифікатів [3].

Таким чином, сучасна система управління якістю продукції повинна орієнтуватися на характер потреб споживачів, їх структуру і динаміку, кон'юнктуру ринку та стимули, зумовлені економічною та технічною конкуренцією, що є характерним для ринкових відносин. Управління якістю на підприємстві, незалежно від форми власності та масштабів діяльності, повинно оптимально поєднувати дії, методи і засоби, які забезпечували б, з одного боку, виготовлення продукції, що відповідає потребам ринку, а з іншого – розробку нових видів продукції, здатних задовольняти майбутні потреби ринку.

Система управління якістю, що побудована згідно з принципами Загального управління якістю, передбачає постійне вдосконалення маркетингової діяльності фірми, поліпшення якості продукції і задоволення потреб усіх зацікавлених сторін: споживачів, постачальників, персоналу, власників, суспільства в цілому за рахунок створення відповідного менеджменту на підприємстві.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Небава М. І. Забезпечення енергетичної, економічної та екологічної безпеки України в контексті сталого розвитку / М. І. Небава, О. В. Стрелюк // V-ий Всеукраїнський з'їзд екологів з міжнародною участю (Екологія / Ecology -2015), 23-26 вересня 2015. Збірник наукових праць. – Вінниця: ТОВ «Нілан ЛТД», 2015. – С. 277.
2. Небава М. І., Стрелюк О. В. Оптимальне фінансово-економічне управління підприємством / М. І. Небава, О. В. Стрелюк // Регіон: особливості розвитку і управління в умовах децентралізації влади / Науковий вісник Вінницького кооперативного інституту. Статті учасників VIII Міжнародної науково-практичної конференції, 16-17 березня 2015 р. Вінниця: ТОВ «Меркьюрі-Поділля», 2015. – С.81-84.
3. Ткачук Л. М. Якість продукції: методологічні та прикладні аспекти / Л. М. Ткачук, Т. К. Калугаряну // Ефективна економіка. – 2013. – № 5. – Режим доступу : <http://www.economy.nauka.com.ua>.

Людмила Миколаївна Ткачук, к.е.н., доцент кафедри підготовки менеджерів, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, email : tkachuk_ludmila_76@mail.ru.

Lyudmila Tkachuk, Ph.D., assistant professor of management training, Vinnytsia National Technical University, Vinnitsa.

МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ ТА МОДЕЛІ В АНАЛІЗІ ТА ПРОГНОЗУВАННІ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Запропоновано методи, моделі що спрямовані на забезпечення ефективного функціонування підприємства і можуть бути практично застосовані менеджерами підприємства при прогнозуванні його подальшого економічного розвитку.

Ключові слова: метод, модель, аналіз, прогнозування.

Abstract

Methods, models are offered directed on maintenance of effective functioning of the enterprise and can be practically applied managers of the enterprise at forecasting of its further economic development.

Keywords: a method, model, the analysis, forecasting.

Сучасна глобалізована ринкова економіка формує нові вимоги до підприємств. Вони зумовлюються наявністю жорсткої конкуренції та необхідністю гнучко реагувати на неоднозначні зміни ситуації на ринках і в галузях діяльності підприємств. При цьому успіх підприємства залежатиме від здатності адаптуватися до змін середовища їх діяльності: передбачати і змінювати структуру бізнесу, розробляти і впроваджувати у виробництво нові види продукції, правильно визначати напрями інвестицій за різними видами діяльності тощо, щоб досягти успіху та забезпечити процвітання підприємства у перспективі.

Для розв'язання проблем, що виникають під час використання загальноприйнятих методів оцінки стратегії підприємства, запропонована модель оцінювання рівня стратегічного розвитку, яка дозволяє суттєво спростити стратегічне планування на вітчизняних підприємствах [1, 2]. У таблиці 1 [3] представлено множину показників, сформованих за критеріями повноти, мінімальності та дієвості, за якими необхідно оцінювати рівень стратегічного розвитку підприємства.

Таблиця 1

Показники, що використовуються для СУП

Види стратегій	Показники
Економічна стратегія	рентабельність витрат; рентабельність активів; рентабельність власного капіталу.
Фінансова стратегія підприємства	середньорічний темп зростання власних фінансових ресурсів, що формуються із внутрішніх джерел; частка власного капіталу; коефіцієнт зносу основних засобів; коефіцієнт покриття.

Відібрані показники формування математичної моделі відобразимо у таблиці 2.

Таблиця 2

Відібрані показники формування структурної моделі СУП

Скорочена назва показника	Повна назва показника
Економічна стратегія	
X ₁₁ X ₁₂ X ₁₃	рентабельність витрат; рентабельність активів; рентабельність власного капіталу.
Фінансова стратегія підприємства	
X ₂₁ X ₂₂ X ₂₃ X ₂₄	середньорічний темп зростання власних фінансових ресурсів, що формуються із внутрішніх джерел; частка власного капіталу; коефіцієнт зносу основних засобів; коефіцієнт покриття.

Існуючі методи СУП базуються на дослідженні внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства, статистичних та управлінських даних, проте вони є недосконалими, оскільки не враховують багато чинників, що впливають на його стратегічний розвиток. Тому авторами розроблено математичну модель оцінювання рівня СУП, особливістю якої є те, що вона враховує множини первинних вхідних параметрів, множину критеріїв, що дозволяє чітко відобразити множину вхідних оцінювальних параметрів на множину вихідних рішень.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Азарова А.О. Математична модель та метод ідентифікації рівня стратегічного управління підприємством на базі апарату нечітких множин / А.О. Азарова, М.І.Кукуруза, К.В.Івчук, О.В.Новіцька // Інформаційні технології та економічна безпека. – 2014. – № 3. – С. 277–283.
2. Азарова А.О. Аналіз існуючих моделей та методик формування раціональної стратегії управління / А.О. Азарова, О.В. Фофонова // Економіка: проблеми теорії та практики: Збірник наукових праць. Випуск 215: В 4 т. – Том IV. – Дніпропетровськ. ДНУ, 2006. – С. 1212-1222.
3. Азарова А.О. Побудова СППР зі стратегічного управління підприємством на базі апарату комплексної цільової програми / А.О. Азарова, О.В. Фофонова // Вісник Вінницького політехнічного інституту. – 2006. – № 5. – С. 140–145.

Ольга Василівна Новіцька – аспірант, інститут магістратури, аспірантури та докторантури, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: olhanovitska@gmail.com;

Науковий керівник: **Олена Омелянівна Мороз** – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри підготовки менеджерів, Вінницький національний технічний університет

Olga Vasilevna Novitska - the post-graduate student, institute of a magistracy, postgraduate study and doctoral studies, Vinnitsa National Technical University, Vinnitsa, e-mail: olhanovitska@gmail.com;

The supervisor of studies: **Elena Emeljanovna Moroz** - the Doctor of Economics, the professor, managing chair of preparation of managers, Vinnitsa National Technical University, Vinnitsa

ГРОШОВІ ПОТОКИ І ЇХ ОПТИМІЗАЦІЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Розглядаються зміст та особливості оптимізації грошових потоків на підприємстві, проводиться дослідження на ДТ «Вінницяхліб», виявлені перспективи оптимізації грошових потоків на підприємстві.

Ключові слова: грошові потоки, підприємство, оптимізація, господарська діяльність, сума надходжень, прибуток, виробничі потужності, матеріальні витрати.

Abstract

The content and features of the company cash flows optimization are considered, research on the SE "Vinnytyakhlib" is conducted, the prospects of cash flows optimization are revealed.

Keywords: cash flow, enterprise optimization, economic activity, the amount of income, profit, production capacity, material costs.

Вступ

В сучасних умовах господарювання багато підприємств поставлені в умови самостійного вибору стратегії та тактики свого розвитку. Самофінансування своєї діяльності стало першим завданням кожного підприємства. В умовах ринкової економіки, конкуренції і нестабільного зовнішнього середовища необхідно оперативно реагувати на незначні відхилення від нормальної діяльності. Управління грошовими потоками є тим інструментом, за допомогою якого можна досягти бажаного результату діяльності – отримання прибутку. У системі управління грошовими потоками найбільш важлива роль відводиться процесу їх оптимізації.

Метою роботи є виявлення особливостей оптимізації грошових потоків на підприємстві та розробка шляхів зростання чистого грошового потоку на досліджуваному підприємстві.

Результати дослідження

Оптимізація грошових потоків – це процес вибору найкращих форм їх організації на підприємстві з урахуванням умов та особливостей здійснення його господарської діяльності [1].

Основними цілями оптимізації грошових потоків підприємства є забезпечення:

- збалансованості обсягів позитивного і негативного грошових потоків;
- синхронності формування грошових потоків у часі;
- зростання чистого грошового потоку підприємства.

Основними об'єктами оптимізації є позитивний та негативний грошові потоки, залишок грошових активів, чистий грошовий потік [2]. В результаті дослідження було виявлено, що найважливішою передумовою здійснення оптимізації грошових потоків є вивчення факторів, що впливають на їх обсяги та характер формування у часі. Ці чинники ми поділили на зовнішні і внутрішні:

1. Зовнішні чинники:

- кон'юнктура товарного ринку;
- кон'юнктура фінансового ринку;
- система оподаткування підприємств;
- усталена практика кредитування постачальників і покупців продукції;
- система здійснення розрахункових операцій суб'єктів господарювання;
- доступність фінансового кредиту;
- можливість залучення коштів безоплатного цільового фінансування.

2. Внутрішні чинники:

- життєвий цикл підприємства;
- тривалість операційного циклу;

- сезонність виробництва та реалізації продукції;
- невідкладність інвестиційних програм;
- амортизаційна політика підприємства;
- коефіцієнт операційного левериджу;
- фінансовий менталітет власників і менеджерів підприємства [1].

На результати господарської діяльності підприємства негативний вплив роблять як дефіцитний, так і надлишковий грошові потоки. Так, за результатами аналізу грошових потоків ДП «Вінницьхліб» було виявлено, що негативні наслідки дефіцитного грошового потоку виявляються у зниженні ліквідності і рівня платоспроможності підприємства, зростанні простроченої кредиторської заборгованості постачальникам сировини і матеріалів, підвищенні частки простроченої заборгованості за отриманими фінансовими кредитами, затримці виплати заробітної плати (з відповідним зниженням рівня продуктивності праці персоналу), зростанні тривалості фінансового циклу, а в кінцевому рахунку – у зниженні рентабельності використання власного капіталу та активів підприємства.

На аналізованому підприємстві використовуються методи оптимізації дефіцитного грошового потоку залежно від характеру цієї дефіцитності – короткострокової або довгострокової:

I. Збалансованість дефіцитного грошового потоку в короткостроковому періоді досягається шляхом використання «Системи прискорення-уповільнення платіжного обороту». Суть цієї системи полягає в розробці на підприємстві організаційних заходів щодо прискорення залучення грошових коштів та уповільнення їх виплат.

Прискорення залучення грошових коштів у короткостроковому періоді може бути досягнуто за рахунок таких заходів:

- забезпечення часткової або повної передоплати за вироблену продукцію, що користується високим попитом на ринку;
- скорочення термінів надання товарного (комерційного) кредиту покупцям;
- прискорення інкасації простроченої дебіторської заборгованості;
- використання сучасних форм рефінансування дебіторської заборгованості - обліку векселів, факторингу, форфейтингу;
- прискорення інкасації платіжних документів покупців продукції (часу перебування їх в дорозі, в процесі реєстрації, в процесі зарахування грошей на розрахунковий рахунок тощо).

Уповільнення виплат коштів у короткостроковому періоді може бути досягнуто за рахунок таких заходів:

- використання флюта для уповільнення інкасації власних платіжних документів;
- збільшення за погодженням з постачальниками термінів надання підприємству товарного (комерційного) кредиту;
- заміни придбання довгострокових активів, що вимагають оновлення, на їх оренду (лізинг);
- реструктуризації портфеля отриманих фінансових кредитів шляхом переведення короткострокових їх видів у довгострокові [3].

II. Зростання обсягу позитивного грошового потоку в довгостроковому періоді може бути досягнуто за рахунок таких заходів:

- залучення стратегічних інвесторів з метою збільшення обсягу власного капіталу;
- додаткової емісії акцій;
- залучення довгострокових фінансових кредитів;
- продажу частини (чи всього обсягу) фінансових інструментів інвестування;
- продажу (або здачі в оренду) не використовуваних видів основних засобів.

Зниження обсягу негативного грошового потоку в довгостроковому періоді може бути досягнуто за рахунок таких заходів:

- скорочення обсягу і складу реальних інвестиційних програм;
- відмови від фінансового інвестування;
- зниження суми постійних витрат підприємства.

В системі оптимізації грошових потоків ДП «Вінницьхліб» важливе місце належить їхній збалансованості у часі. Це пов'язано з тим, що незбалансованість позитивного і негативного грошових потоків у часі створює для підприємства ряд фінансових проблем. Досвід показує, що результатом такої незбалансованості навіть при високому рівні формування чистого грошового потоку є низька ліквідність цього потоку (а відповідно і низький рівень абсолютної

платоспроможності підприємства) в окремі періоди часу. При досить високій тривалості таких періодів для підприємства виникає серйозна загроза банкрутства [4].

На аналізованому підприємстві в процесі оптимізації грошових потоків у часі використовуються два основні методи – вирівнювання і синхронізація.

Вирівнювання грошових потоків спрямовано на згладжування їхніх обсягів у розрізі окремих інтервалів розглянуто періоду часу. Цей метод оптимізації дозволяє усунути в певній мірі сезонні і циклічні розходження у формуванні грошових потоків (як позитивних, так і негативних), оптимізуючи паралельно середні залишки грошових коштів та підвищуючи рівень абсолютної ліквідності. Результати цього методу оптимізації грошових потоків у часі оцінюються за допомогою середньоквадратичного відхилення або коефіцієнта варіації, які в процесі оптимізації повинні знижуватися [2].

Синхронізація грошових потоків заснована на кореляції позитивного і негативного їх видів. У процесі синхронізації повинно бути забезпечено підвищення рівня кореляції між цими двома видами грошових потоків. Результати цього методу оптимізації грошових потоків у часі оцінюються за допомогою коефіцієнта кореляції, який у процесі оптимізації повинен прагнути до одиниці [1].

Заключним етапом оптимізації грошових потоків є забезпечення умов максимізації чистого грошового потоку підприємства. Зростання чистого грошового потоку забезпечує підвищення темпів економічного розвитку підприємства на принципах самофінансування, знижує залежність цього розвитку від зовнішніх джерел формування фінансових ресурсів, забезпечує приріст ринкової вартості підприємства..

Підвищення суми чистого грошового потоку підприємства може бути забезпечене за рахунок зниження суми постійних та рівня змінних витрат, здійснення ефективної податкової та цінової політики.

Для зниження рівня загальних витрат на ДТ «Вінницяхліб» пропонується нарощувати обсяги виробництва продукції, а останнє стає можливим за рахунок зміни тактики та перерозподілу позицій виробника у торгових мережах. З квітня 2015 року продукція ДП «Вінницяхліб» реалізовується у торгових мережах Києва, Харкова, Дніпропетровська та Одеси. Загалом це 15 найменувань кондитерської продукції в категоріях печиво, сушка, сухарі та пряники.

Вінницькі солодощі вже присутні у торгових мережах «Мегамаркет» та «Велика кишеня». В основному це продукція в демократичному ціновому діапазоні (до 20 грн.), але є і складно рецептурні сувенірні продукти, такі як «друковані» пряники з начинками. Фактично «Карпатський» та «Львівський» пряники замінили собою «тульські» вироби.

Перспективним для підприємства є вихід в інші області, в яких досі не представлені дані смаки популярної кондитерської продукції. Нами спрогнозовано на найближчі п'ять років збільшення виробництва кондитерської продукції в розмірі до 2% щороку. Тоді щорічне зростання виручки від реалізації ДТ «Вінницяхліб» заплановано в межах 2-3%.

Прогнозується, що економія на загальновиробничих та загальногосподарських витратах надасть можливість щорічно суттєво збільшувати суму чистого прибутку. За рахунок покращення результатів операційної діяльності планується щорічне збільшення чистого руху грошових коштів від операційної діяльності.

Висновки

Таким чином, на ДП «Вінницяхліб» в результаті збільшення виробництва хлібобулочних виробів буде збільшуватись сума надходжень від операційної діяльності. При цьому чистий рух грошових коштів від операційної діяльності набуде додатного значення. Тому в межах операційної діяльності розроблені пропозиції щодо оптимізації грошових потоків ДП «Вінницяхліб» є обґрунтованими і матимуть економічний ефект.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Калина А. В. Сучасний економічний аналіз і прогнозування : навч. посібник / А. В. Калина, М. І. Конєва, В. О. Яценко. – К. : МАУП, 2009. - 272 с.
2. Базилінська О. Я. Фінансовий аналіз: теорія та практика : навч. посібник / О. Я. Базилінська. – 2-ге вид. – К. : ЦУЛ, 2011. – 328 с.

3. Воронко О. С. Економічний аналіз : навч. посібник / О. С. Воронко, Н. П. Штепа. – Львів : “Новий Світ – 2000”, 2012. – 279 с.
4. Шварц І. В. Адаптація українського законодавства до світових тенденцій регулювання банкрутства [Текст] / І. В. Шварц, О. В. Безсмертна, Н. М. Тарасюк // Вісник Сумського державного університету. Серія "Економіка". – 2015. – Т. 2, № 1. – С. 109-118.

Горбова Юлія Юрївна, студентка групи 2М-14, факультет менеджменту, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail : g_yulia_07@mail.ru

Науковий керівник: **Безсмертна Оксана Владиславівна**, канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри підготовки менеджерів, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail : okcana0709@yandex.ru

Yulia Y. Gorbova – Department of Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail : g_yulia_07@mail.ru

Supervisor: **Oksana V. Bezsmertna**, Cand. Sc (Eng), Assistant Professor of Managers Training, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail : okcana0709@yandex.ru

ОПТИМІЗАЦІЯ ДЖЕРЕЛ ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

В роботі розглянуто джерела формування фінансових ресурсів підприємства та їх вплив на фінансові взаємозв'язки. Виявлено проблеми в управлінні фінансами. Розроблено напрями ефективного використання фінансових ресурсів.

Ключові слова: фінансовий менеджмент, фінансові ресурси, леверидж, фінансова стійкість.

Abstract

The paper presents sources of financial resources and their impact on financial relationships. The problems in financial management. Directions effective use of financial resources.

Keywords: financial management, financial resources, leverage, financial stability.

Вступ

Підвищення самостійності підприємств, їх економічної та юридичної відповідальності, різке зростання значення фінансової стійкості суб'єктів господарювання призводить до значного збільшення ролі раціонального управління фінансовими ресурсами підприємства. З часом виникає проблема в управлінні фінансовими ресурсами, що і призводить до необхідності знижувати витрати та змінювати систему управління на більш ефективну.

Метою роботи є аналіз організації і ефективності управління фінансовими ресурсами підприємства, виявлення основних проблем в управлінні фінансами і розробка рекомендацій по удосконаленню ефективного використання фінансових ресурсів.

Результати дослідження

У структурі фінансових взаємозв'язків народного господарства фінанси підприємств займають визначальне значення, оскільки обслуговують основну ланку суспільного виробництва, де створюються матеріальні й нематеріальні блага і формується переважаюча маса фінансових ресурсів країни.

Управління фінансовими ресурсами підприємства – це сукупність цілеспрямованих методів, операцій, важелів, прийомів впливу на різноманітні види фінансів для досягнення певного результату [1].

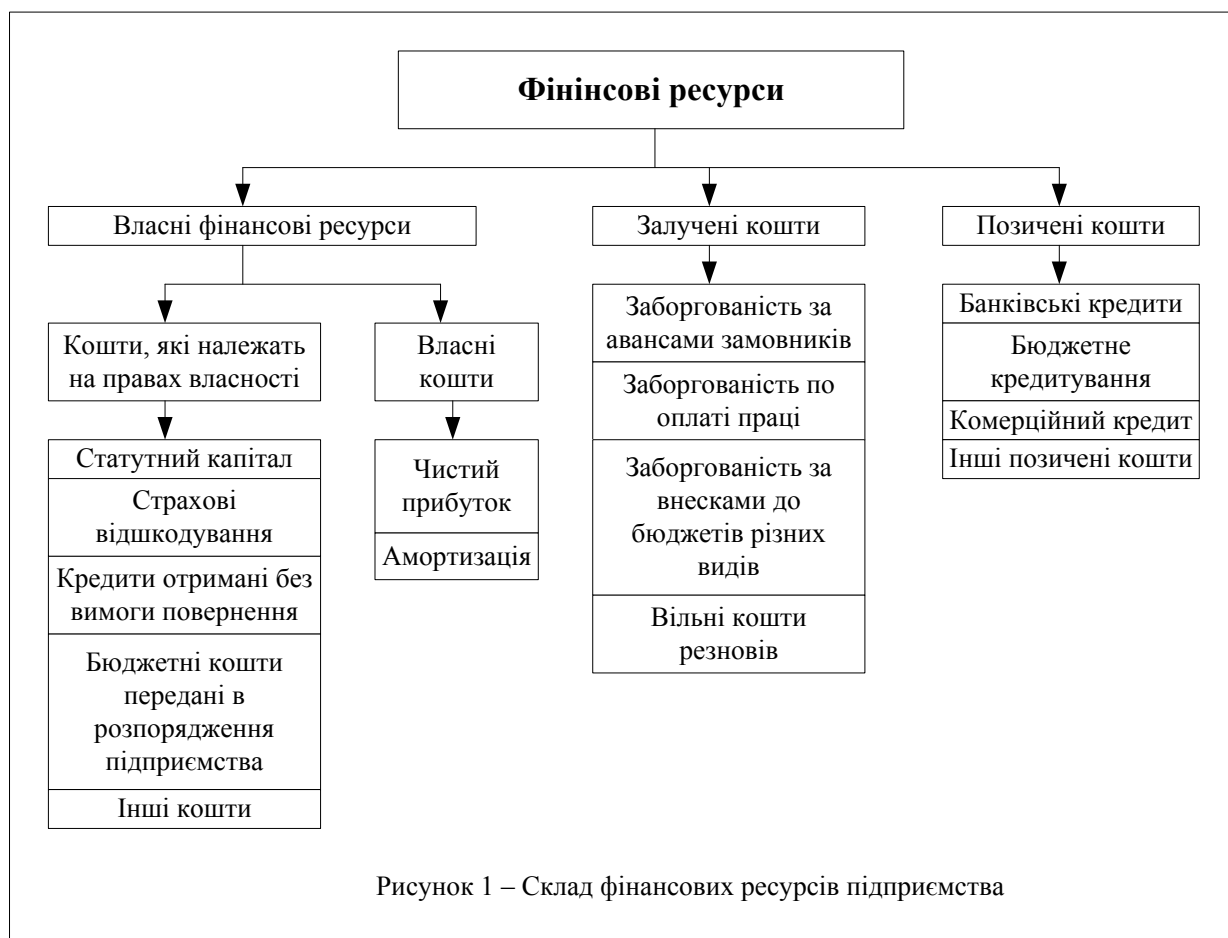
Фінансові ресурси підприємства – це частина грошових коштів у формі прибутків і зовнішніх надходжень, призначених для виконання фінансових зобов'язань і здійснення витрат по забезпеченню розширеного відтворення [1].

Характеристика видів фінансових ресурсів представлена в таблиці 1.

Оптимізація фінансової структури капіталу підприємства є однією з найбільш важливих і складних задач фінансового менеджменту. Оптимальна структура капіталу – це таке співвідношення його власних і позикових джерел, при якому забезпечується оптимальне співвідношення між рівнем рентабельності власного капіталу й рівнем фінансової стійкості, тобто максимізується ринкова вартість підприємства (чи його акцій).

Підприємство, що використовує тільки власний капітал, має найвищу фінансову стійкість (його коефіцієнт автономії дорівнює одиниці), але обмежує темпи свого розвитку й можливості приросту прибутку на вкладений власний капітал (у зв'язку з неможливістю розширення господарської діяльності за рахунок використання позикового капіталу), а підприємство, що використовує позиковий капітал, має більш високий фінансовий потенціал свого розвитку й можливості приросту

рентабельності власного капіталу, однак втрачає свою фінансову стійкість (при збільшенні далі позикового капіталу коефіцієнт автономії прагне до нуля) [2].



Для виміру сукупних економічних результатів, що досягаються при різному співвідношенні власного й позикового капіталу підприємства, використовується показник "фінансовий леверидж" [3].

Фінансовий леверидж вимірює ефект, що полягає в підвищенні рентабельності власного капіталу за допомогою збільшення частки позикового капіталу в загальній сумі капіталу.

Ефект операційного важеля виявляється в тім, що будь яка зміна обсягу витрат від реалізації приводить до непропорційної зміни прибутку.

Також важливим елементом є фінансове планування – це планування всіх його доходів і напрямків витрати коштів для забезпечення розвитку підприємства. [4].

Висновки

З теоретичних позицій фінансові ресурси підприємства - це грошові доходи і надходження, що знаходяться в розпорядженні суб'єкта господарювання і призначені для виконання зобов'язань, здійсненню витрат по розширеному відтворенню й економічному стимулюванню працюючих.

На підприємствах є необхідність проводити аналіз фінансового стану, що дозволить контролювати ряд показників та коефіцієнтів, які у свою чергу допоможуть вчасно підвищувати свою ділову активність, платоспроможність, ліквідність та рентабельність активів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Закон України “Про господарські товариства” від 19.09.1991 № 1576-XII // www.rada.gov.ua.
2. Мельник. О. Особливості функціонування фінансових ресурсів в системі управління підприємством / О.Мельник // Галицький економічний вісник. — 2012. — №3(36). — с.108-116
3. Шкробот М. В. .Сутність та основи функціонування системи управління фінансовими ресурсами підприємств. Маркетинг і менеджмент інновацій, 2011,№3, с 236-240
4. Ковальов А.И. Аналіз фінансового стану підприємства. — М.: Центр економіки й маркетингу, 2001.-256с.

Анастасія Василівна Кирилович – студентка групи 2М-14, факультет менеджменту, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: nana.shelest@yandex.ru

Науковий керівник: **Олена Омелянівна Мороз** – д.е.н., професор, завідувач кафедри підготовки менеджерів, Вінницький національний технічний університет, Вінниця.

Anastasia Kyrylovych – student group 2M-14, Department of Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnitsia, e-mail: nana.shelest@yandex.ru

Supervisor: **Olena O. Moroz** – Dr. Sc. (Economic), Professor, Head of Department of Managers Training, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Розкрито сутність рентабельності діяльності підприємств, економічний зміст та види показників рентабельності. Виявлено шляхи підвищення рентабельності підприємств.

Ключові слова: рентабельність, показники рентабельності, підприємство.

Abstract

The essence of the enterprises profitability, economic content and types of profitability indicators are determined. The ways of increasing profitability of the enterprises are found.

Keywords: profitability, profitability indicators, enterprise.

Вступ

Рентабельність є одним із головних вартісних показників ефективності виробництва, який характеризує рівень віддачі активів і ступінь використання капіталу у процесі виробництва. Рентабельність безпосередньо пов'язана з отриманням прибутку. Однак її не можна ототожнювати з абсолютною сумою отриманого прибутку. Рентабельність – це відносний показник, тобто рівень прибутковості, що вимірюється у відсотках та дорівнює співвідношенню прибутку з понесеними витратами.

Результати дослідження

Показники рентабельності повніше, ніж інші показники діяльності підприємства, характеризують остаточні результати господарювання, тому що їх величина відображає співвідношення ефекту з вкладеним капіталом або спожитими ресурсами. Їх використовують і як інструмент в інвестиційній політиці і ціноутворенні. Різноманітність варіантів рішень, що приймаються при визначенні прибутку, поточних витрат, авансованій вартості для розрахунку рентабельності обумовлюють наявність значної кількості її показників. Показник рентабельності відбиває співвідношення прибутку підприємства і факторів, які є, по суті, передумовами його виникнення. Бухгалтерська звітність дозволяє розрахувати велику кількість показників рентабельності, тому їх необхідно систематизувати в аналітичні групи з метою впорядкування і забезпечення оптимальності при виконанні аналітичних процедур [1].

Основні показники рентабельності можна об'єднати в наступні групи:

- показники рентабельності капіталу (активів);
- показники рентабельності продукції;
- показники, розраховані на основі потоків наявних грошових коштів.

Можливі зіставлення прибутку з факторами, які на нього впливають, дають в результаті множину показників рентабельності, які відрізняються не тільки по завданнях, які потрібно вирішити, та змісту, але й по використуванню при розрахунку рентабельності показниках прибутку. В якості останніх у вітчизняній практиці традиційно використовується чистий прибуток, валовий прибуток та операційний дохід. Міру прибутковості функціонування підприємства найбільш точно визначають показники рентабельності, які характеризують рівень віддачі витрат або міру використання наявних ресурсів у процесі виробництва і реалізації товарів, робіт і послуг. При аналізі коефіцієнтів рентабельності широке поширення набула факторна модель фірми «DuPont» (Дюпон), яка почала застосовувати цю формулу у 1920-х роках [2, 3]. Призначення моделі - визначити фактори, що впливають на ефективність роботи підприємства, й оцінити цей вплив. Оскільки існує безліч показників рентабельності, аналітиками цієї фірми обраний один, на їхню думку, найбільш значимий

- рентабельність власного капіталу. Для проведення аналізу необхідно змодельовати факторну модель коефіцієнта рентабельності власного капіталу (1)

$$ROE = (\text{Чистий прибуток} / \text{Виручка}) \times (\text{Виручка} / \text{Активи}) \times (\text{Активи} / \text{Власний Капітал}) \\ = (\text{норма прибутку}) \times (\text{оборотність активів}) \times (\text{коефіцієнт капіталізації}) \quad (1)$$

Побудована у такий спосіб модель компанії «Дюпон» виконує кілька завдань – виявляє фактори, що визначають ефективність бізнесу, оцінює тенденції змін і ступінь впливу кожного з цих факторів, дає порівняльну оцінку ризиків та результатів від інвестування у компанію [4].

Рентабельність продукції, яка досягнута підприємством в базовому періоді, повинна бути скоригованою з урахуванням умов ціноутворення планового періоду [5]. Можна визначити резерви, які не були використані підприємством у базовому періоді для зростання прибутку, а саме за рахунок: ліквідації непродуктивних і понаднормативних витрат, що відносяться на собівартість продукції; ліквідації фактів поставки готової продукції покупцям з відхиленнями від узгоджених технічних і якісних параметрів, які ведуть до зниження оптових цін на ці вироби, і отже, прибутку від реалізації; структурних зрушень в асортименті продукції, що виробляється та реалізується, в бік випуску рентабельнішої продукції. У підвищенні рівня рентабельності величезну роль відіграють також і трудові ресурси, з цього випливає що на підприємстві обов'язково потрібно удосконалювати роботу відділу кадрів; в першу чергу потрібно звернути увагу на професійні якості працівників, їх уміння працювати з колективом, відношення до своїх функціональних обов'язків [6].

Рентабельність підприємства на пряму залежить від його прибутку. Для одержання максимального прибутку підприємство повинне найбільш повно використовувати ресурси, що знаходяться в його розпорядженні [3]. Збільшення випуску знижує витрати на одиницю продукції, тобто витрати на її виготовлення в розрахунку на одиницю продукції знижуються, а отже, знижується собівартість, що в остаточному підсумку веде до збільшення прибутку від реалізації продукції. Ну а крім цього, додаткове виробництво рентабельної продукції вже саме по собі дає додатковий прибуток [7, 8]. Таким чином, при збільшенні випуску і, відповідно, реалізації рентабельної продукції збільшується прибуток у розрахунку на одиницю продукції, а також збільшується кількість реалізованої продукції, кожна додаткова одиниця якої збільшує загальну суму прибутку. Унаслідок цього, збільшення рентабельної продукції, що випускається, за умови її реалізації дає значний приріст обсягу прибутку [9].

Висновки

Отже, у даній статті було розглянуто один з найважливіших вартісних показників виробництва - рентабельність. Показники рентабельності характеризують ефективність роботи підприємства в цілому, прибутковість різних напрямів діяльності (виробничої, підприємницької, інвестиційної), окупність витрат тощо. Вони більш повно, ніж прибуток, відображають остаточні результати господарювання, тому що їх величина показує співвідношення ефекту з наявними або використаними ресурсами. Показники рентабельності використовують для оцінки підприємства і як інструмент в інвестиційній політиці і ціноутворенні.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Бець М. П. Планування рентабельності виробництва / М. П. Бець // Економіка України. – 2007. – № 2. – С. 40-45.
2. Горлачук В. В. Економіка підприємства : навч. посіб. / В. В. Горлачук, І. Г. Яненко. – Миколаїв : Вид-во ЧДУ ім. Петра Могили, 2010. – 344 с.
3. Власова Н. О. Фінанси підприємств : навч. посіб. / Н. О. Власова, О. А. Круглова, Л. І. Безгінова. — К. : Центр учбової літератури, 2007. — 270 с.
4. Економічний аналіз : навч. посіб. / М. А. Боллох, В. З. Бурчевський, М. І. Горбаток та ін. ; за ред. акад. НАНУ, проф. М. Г. Чумаченка. — Вид. 2-ге, перероб. і доп. — К. : КНЕУ, 2003. — 556 с.
5. Короткевич О. В. Рентабельність господарської діяльності підприємств / О. В. Короткевич // Економіка і прогнозування. – 2008. – №3. – С. 61-69.
6. Нестерова С. В. Методика розподілу прибутку на підприємствах власності працівників / С. В. Нестерова // Вісник Технологічного університету Поділля. Економічні науки. – 1998. – № 3. – С. 38-42.

7. Фінансовий аналіз : навч. посіб. / Салига С. Я., Дадій Н. В., Корецька С. О. та ін. – К. : ЦНЛ, 2006. – 210 с.
8. Тітов М. В. Моделювання ефективності використання активів підприємства на основі методології розв’язання зворотних задач / М. В. Тітов // Актуальні проблеми економіки. – 2006. – № 11. – С. 32-41.
9. Філімоненко О. С. Фінанси підприємства : навч. посіб. – К. : Кондор, 2007. – 400 с.

Дорофєєв Михайло Юрійович — студент групи 2М-14, факультет менеджменту, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: mikedorofeev93@gmail.com;

Науковий керівник: **Тетяна Миколаївна Білоконь** — канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри підготовки менеджерів, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Dorofeiev Mykhailo Yurievich— student group 2M-14, department of management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, email : Ivanov@sens.ua;

Supervisor: **Tetiana M. Bilokon** — Cand. Sc. (Eng), Assistant Professor of the Chair of Managers Training , Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.

Механізми управління персоналом на підприємстві

Вінницький національний технічний університет, факультет менеджменту

Анотація

Стаття присвячена проблемі вдосконалення процесу управління персоналом на вітчизняних підприємствах. В контексті теоретико-методологічних та науково-практичних підходів визначено особливості та актуальні проблеми мотивації. Запропоновано методи стимулювання мотивації. Розроблено практичні рекомендації щодо удосконалення мотиваційного механізму в ринкових умовах господарювання.

Ключові слова

Мотивація, кадри, персонал, оплата праці, потреби, мотиви, стимули, стимулювання.

Abstract

The article is devoted to theoretical, methodological and practical aspects of the development of the motivational mechanism of effective personnel management at enterprises. The methods to stimulate motivation were analyzed. Practical recommendations for the improvement of the motivational mechanism in market conditions were offered.

Keywords

Motivation, personnel, staff, remuneration, needs, motivations, incentives, incentives.

За сучасних трансформаційних умов ринкової економіки України для будь-якого підприємства працівники стають основним ресурсом, за допомогою якого можливе виживання в жорсткому конкурентному середовищі. Найважливішими питаннями є формування сучасної трудової мотивації, створення та використання нових методів оцінки якості роботи персоналу всіх підрозділів на промислових підприємствах, які б мотивували працівників та сприяли високій результативності. У зв'язку з цим, великого значення набуває запровадження єдиної системи оцінки складності та якості роботи персоналу, яка сприятиме стимулюванню виробничої діяльності, випуску конкурентоздатної продукції. В даному аспекті найбільш складною проблемою є якісна та кількісна оцінка ефективності роботи всього персоналу і розробка мотиваційного механізму його управління, що відповідатиме ринковим умовам господарювання і тим самим забезпечить успішну діяльність підприємств.

Поняття мотивації тісно пов'язано з проблемою управління персоналом, а ринкові економічні відносини висувають нові вимоги до персоналу. Це не лише добір, навчання і розміщення кадрів, але і формування нової свідомості, менталітету і, отже, методів мотивації. Мотивація традиційно розглядається як процес свідомого вибору людиною певного типу поведінки, обумовленої комплексним впливом традиційних (матеріальних) та нетрадиційних (нематеріальних, моральних, психологічних та ін.) факторів.

Сутність мотивації полягає в тому, що працівник, усвідомлюючи завдання, що ставляться перед ним, і оцінюючи винагороду, яку може одержати за виконання, порівнює їх із своїми потребами, можливостями і здійснює певну діяльність. Таким чином, мотивація – це внутрішнє спонукання людини, зовнішній вплив на поведінку працівника з метою досягнення цілей організації в матеріальному і нематеріальному вигляді.

Як правило, матеріальне стимулювання включає конкурентоспроможну заробітну плату, грошові виплати (премії), індивідуальні винагороди та ін. Нематеріальне стимулювання передбачає відсутність грошової вартості для працівників, проте майже завжди вимагає витрат від компанії. До нього можна віднести похвалу, увагу керівництва, підвищення посади, корпоративні вечірки, стан робочого місця та ін.

В сучасних умовах, особливо з настанням фінансової кризи, основним мотивуючим чинником працівників є бажання мати гарантовану заробітну плату [1]. На відміну від економічно розвинених країн, в Україні через низьку задоволеність первинних потреб основним засобом мотивації залишається оплата праці, засоби ж морального впливу залишаються менш значимими. Тому важливим є застосування засобів вдосконалення системи мотивації праці одночасно за такими напрямками: матеріальне стимулювання, поліпшення якості робочої сили, вдосконалення організації праці, залучення персоналу в процесі управління і негрошове стимулювання [2]. Перший напрям

відображає роль мотиваційного механізму оплати праці в системі підвищення продуктивності праці і передбачає вдосконалення системи заробітної платні, надання можливостей персоналу приймати участь у власності та прибутку підприємства. Безумовно, мотиваційному механізму оплати праці надається велика роль, але постійне підвищення рівня оплати праці не сприяє як підтриманню робочої активності на належному рівні, так і росту продуктивності праці. Застосування цього методу може бути корисним для досягнення короткострокових цілей. Однобокий вплив на працівників лише грошовими методами не може привести до довгострокового підвищення продуктивності праці.

Хоча праця в нашій країні, на відміну від високорозвинених країн, на даному етапі розглядається лише як засіб заробітку, можна припустити, що потреба в грошах буде рости до певної межі, яка залежить від рівня життя, після якого гроші стануть умовою нормального психологічного стану, зберігання людської гідності. В цьому випадку у ролі домінуючих будуть виступати інші групи потреб, пов'язаних з потребами у творчості, досягненні успіхів та інші. Для керівника велике значення має вміння розрізняти потреби працівників. Потреби більш низького рівня повинні задовольнятися до того, як потреби наступного рівня стануть більш значимим фактором, що визначає поведінку людини. Потреби постійно змінюються, тому не можна розраховувати, що мотивація, яка спрацювала один раз, знову виявиться ефективною [3, 4]. З розвитком особистості розширюються можливості, потреби у самовиразі. Таким чином, процес мотивації шляхом задоволення потреб є нескінченним.

Наступним напрямом вдосконалення системи мотивації є вдосконалення організації праці, що передбачає встановлення цілей, розширення робочих функцій, збагачення праці, виробничу ротацію, застосування гнучких графіків, поліпшення умов праці. Постановка цілей передбачає, що правильно поставлена мета через формування орієнтації на її досягнення служить мотивуючим засобом для робітника. Розширення робочих функцій означає внесення різноманітності в роботу персоналу, тобто збільшення числа операцій, виконаних одним працівником. В результаті збільшується робочий цикл та інтенсивність праці кожного працівника. Збагачення праці передбачає надання людині такої роботи, яка б давала можливість росту, творчості, відповідальності, самоактуалізації, включення в його обов'язки деяких функцій планування і контролю за якістю продукції.

Проаналізувавши досвід закордонних підприємств слід відзначити, що в сучасному підприємстві використовуються різні методи мотивації і гуманізації праці, а саме аналітичні системи заробітної плати, особливістю яких є диференційована оцінка в балах ступеню складності роботи з урахуванням кваліфікації працівників, фізичних зусиль, умов праці тощо [5]. При цьому змінна частина заробітної плати, яка виступає у формі винагороди за підвищення якості продукції, зростання продуктивності праці, економії сировини, сягає третини зарплати.

Таким чином, оплата праці є мотивуючим фактором, якщо вона безпосередньо пов'язана з результатами роботи. Працівники повинні бути впевнені в наявності стійкого зв'язку між матеріальним винагородженням та затраченими зусиллями, тому в заробітній платі обов'язково повинен бути присутній компонент, який залежить від досягнутих результатів [6].

В сучасних умовах, коли через посилення економічної кризи дуже важко встановити високу заробітну плату, особливу увагу потрібно приділити нематеріальному стимулюванню праці, складаючи гнучку систему пільг для співробітників, наприклад визнання цінності працівника для організації, надання творчої свободи, застосування програм збагачення праці та ротацію кадрів, застосування гнучких графіків, неповний робочий тиждень, можливість працювати як на робочому місці, так і вдома, встановлення знижок на продукцію, яку випускає компанія, для працівників підприємства. На робочих місцях слід формувати світогляд команди, не можна руйнувати неформально існуючі групи, якщо вони не завдають зайвого клопоту. Практично кожен має власну думку щодо того як покращити свою працю, тому спираючись на зацікавленість керівництва, слід організувати роботу так, щоб у працівника не пропало бажання реалізувати свої плани. На основі того, в якій формі, з якою швидкістю і яким чином працівники отримують завдання, вони оцінюють власну значимість з точки зору керівника, тому не можна приймати рішення, яке стосується змін в роботі співробітників без їх відома, навіть якщо зміни позитивні, а також перешкоджати доступу до необхідної інформації. Більшість людей прагне в процесі роботи одержати нові знання, тому так необхідно надати підлеглим можливість навчатися, розвивати їх творчі можливості. Разом з тим, кожна людина прагне досягнення успіху шляхом реалізації поставлених цілей, для досягнення яких витрачається максимум зусиль.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Небава М. І. Подолання деформації вітчизняної моделі реалізації соціальної політики в умовах системної кризи / М. І. Небава // Теорії мікро-макроекономіки: Збірник наукових праць. Академія муніципального управління. Випуск 36. – Київ. – 2011. – С. 50–60.
2. Ткачук Л. М. Управління якістю продукції: мотиваційний аспект / Л. М. Ткачук // Управління розвитком соціально-економічних систем: глобалізація, підприємництво, стале економічне зростання: матеріали IV Міжнародної наукової конференції студентів та молодих вчених. – Частина 1. – Донецьк : ДНУ. - 2003. – С.298-301.
3. Ткачук Л. М. Мотивація персоналу як передумова ефективної організації фінансового менеджменту підприємств / Л. М. Ткачук, І. М. Кулик, Ю.В. Міронова // Економіка: проблеми теорії та практики: Збірник наукових праць.- Випуск 222: В 5 т. – Т.ІІ.– Дніпропетровськ: ДНУ, 2007. – С.280-285.
4. Ткачук Л. М. Теоретичні аспекти мотивації персоналу в сучасному підприємстві / Л. М. Ткачук, І. О. Морозов // Економіка: проблеми теорії та практики: Збірник наукових праць.- Випуск 247: В 6 т. – Т.ІІІ. – Дніпропетровськ: ДНУ, 2009. – С. 790-794.
5. Небава М. І. Соціальне відторгнення в контексті формування соціальної політики людського розвитку / М. І. Небава // Теорії мікро-макроекономіки: Збірник наукових праць. Академія муніципального управління. Випуск 38. – Київ. – 2012. – С. 125-136.
6. Ткачук Л. М. Мотивація праці як визначальний чинник ефективного управління персоналом / Л. М. Ткачук, Т. К. Калугаряну // Соціально-економічні реформи в контексті інтеграційного вибору України : матеріали VIII Міжнар. наук.-практ. конф., 29-30 лист. 2012 р. : В 2 т. – К.-Д. : Біла К.О., 2012. - С. 89-91.

Юрій Валерійович Коваль – слухач групи ІМ-15, факультет менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Науковий керівник: **Людмила Миколаївна Ткачук**, к.е.н., доцент кафедри підготовки менеджерів, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, email : tkachuk_ludmila_76@mail.ru.

Yuri V. Koval – the listener of ІМ-15, Faculty of Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsa.

Supervisor: **Lyudmila Tkachuk, Ph.D., assistant professor of management training, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsa.**

Проблеми і перспективи функціонування банківської системи в Україні

Вінницький національний технічний університет, факультет менеджменту

Анотація

У статті проаналізовано реальний стан розвитку банківського ринку в Україні, визначено проблемні аспекти банківського ринку при його функціонування в мінливих умовах.

Ключові слова

Банк, банківська система, банківський ринок, капітал, політика НБУ.

Abstract

The article analyzes the real state of the banking market in Ukraine, identified aspects of the banking market in its functioning in a changing environment.

Keywords

Bank, banking, banking market, capital, policy NBU.

Банківська система України протягом останніх двох років перебуває в стані активної структурної трансформації: кількість банків зменшується, підвищуються вимоги до прозорості діяльності банків та капіталу банку. Зниження кількості учасників ринку та посилення нерівності між ними призводять до підвищення концентрації, яка, з одного боку, сприяє зростанню ефективності та потужності банківського ринку, а з іншого – може зумовити формування олігополії чи монополії на регіональному або продуктовому ринку з багатьма негативними наслідками або ж появу банків “занадто великих, щоб збанкрутувати”. Тобто, з одного боку, концентрація генерує позитивні результати для системи та клієнтів банків, а з іншого – може створити загрози для конкуренції.

Тому поступово з предмета наукових дискусій проблема концентрації перетворюється на практичну проблему для вітчизняного фінансового регулятора [1]. Паралельно з посиленням концентрації на банківському ринку України відбувається схожий процес – консолідація банківської системи. Це проявляється в зниженні кількості та збільшенні розмірів банків із частковим підвищенням регуляторних і ринкових вимог до мінімального обсягу та адекватності капіталу. Консолідаційні процеси залежно від індивідуальної стресостійкості банків та рішень топ-менеджменту фінансових установ і регулятора можуть протікати у формах виходу з ринку неплатоспроможних фінансових інституцій, активізації злиття і поглинання та нерівномірного органічного збільшення активів серед банків. Деякі з наведених процесів, наприклад, скорочення кількості банків унаслідок невідповідності нормативам НБУ, активно проходять в Україні з початку 2014 року, об'єднувальні процеси та посилення позицій найбільших банків мають певний потенціал до активізації в майбутньому. Відповідно консолідація за одних умов може обмежуватися досягненням позитивних результатів лише окремими банками, за інших – стати причиною реалізації позитивних (чи негативних) наслідків концентрації.

Структура банківського ринку України далека від оптимальної з огляду на рівень виконання ключової функції – ефективного перерозподілу грошових коштів у рамках кредитного процесу [2, 3]. Низькі обсяги капіталу більшості банків, висока частка кредитування пов'язаних осіб, падіння обсягів депозитної бази внаслідок зниження довіри населення до потенційно неплатоспроможних банків – це ті проблеми, подолання яких потребує зокрема і певної оптимізації структурних характеристик банківського ринку. Політика НБУ в напрямі подальшої консолідації та капіталізації сприяє трансформації банківської системи через збільшення фінансового потенціалу і зниження індивідуальних ризиків банків. З іншого боку, цей процес призводить до зростання концентрації банківського сектору, наслідки якої є дискусійними й багатьма теоретиками пов'язуються із загрозами посилення монополізації та фінансової нестабільності. Проте результати проведеного емпіричного аналізу свідчать, що надмірна концентрація банківського ринку України у 2016 році є малоімовірною. Водночас через розбіжності в темпах капіталізації та продовження консолідаційних процесів може

відбутися перехід банківської системи з низького на помірний рівень концентрації, що потребує більшої уваги регуляторів до угод злиття і приєднання за участю системно важливих банків, якщо вони генерують високий приріст ННІ. При цьому посиленого моніторингу потребує концентрація на ринку роздрібних банківських послуг, у тому числі платіжному. На користь послаблення регуляторних вимог до реорганізації малих і середніх банків свідчить низький вплив фактора нерівності на зростання концентрації з початку 2014 року. Оскільки найсуттєвішим для концентрації став фактор зниження кількості банків, падіння рівня дефолтів у посткризовий період сприятиме уповільненню темпів концентрації. Більше того, навіть масові дефолти або злиття малих банків несуттєво впливатимуть на приріст індексів концентрації, чого не можна сказати про системно важливі банки, особливості консолідації яких здатні генерувати значно масштабніші структурні зміни.

Підвищення ефективності діяльності банків є необхідною передумовою подальшого розвитку банківської системи України, а пошук шляхів її стабілізації зумовлює необхідність створення дієздатних програм та проєктів [4].

Значно впливає на ліквідність банків загальний стан та розвиток економіки країни. Нестабільний і послаблений стан економіки спричиняє недовіру клієнтів та інвесторів до банківської системи. Це призводить до відтоку депозитів з банків, погіршення якості кредитного портфелю і послаблення ліквідності.

Отже, держава повинна здійснювати науково обґрунтоване втручання у ринкові механізми шляхом прийняттям відповідних законів у сфері кредитування, оподаткування, бюджетної політики, спрямованих на підтримку вітчизняних банківських установ. Відтак, державі слід жорсткіше контролювати процес входження іноземного капіталу в банківський сектор.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Ткачук Л. М. Возвращение доверия банкам как инструмент борьбы с кризисом / Л. М. Ткачук, І. О. Морозов // І Міжнародна науково-практична конференція „Проблеми формування нової економіки ХХІ століття” : Збірник наукових праць. – Том 6. – Дніпропетровськ: ПДАБ, 2008. – С.99-101.
2. Ткачук Л. М. Проблеми і перспективи банківської системи України / Л. М. Ткачук, О. Я. Стахов // Актуальні проблеми наук: Матеріали ХІ Міжнародної науково-практичної конференції. – Прага: Вид-во Освіта і наука, 2015. – С.13-15.
3. Ткачук Л. М. Особливості функціонування фінансового сектору в Україні / Л. М. Ткачук, О. Я. Стахов // Актуальні проблеми наук: Матеріали ХІ Міжнародної науково-практичної конференції. – Прага: Вид-во Освіта і наука, 2015. – С.16-17
4. Небава М. І. Глобалізаційні процеси та головні виклики для національного середовища України / М. І. Небава, В. О. Денисенко / Materials of the XI International scientific and practical conference, «Modern European sciences», – 2015. Volume 3. Economic science. Governance. Political science. 2015. – С.60-61.

Олексій Ярославович Стахов – студент групи КІН-15, факультет менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Науковий керівник: **Людмила Миколаївна Ткачук**, к.е.н., доцент кафедри підготовки менеджерів, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, email : tkachuk_ludmila_76@mail.ru.

Alexei Y. Stakhov - student of KIN-15, Faculty of Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnitsa.

Supervisor: **Lyudmila Tkachuk, Ph.D.**, assistant professor of management training, Vinnytsia National Technical University, Vinnitsa.

Особливості організаційної динаміки підприємства на різних стадіях його життєвого циклу

Вінницький національний технічний університет

Анотація

В роботі досліджуються особливості організаційної динаміки підприємства на різних стадіях його життєвого циклу. Зроблено спробу ідентифікувати систему стратегічних цілей та завдань, особливості формування ресурсного потенціалу для кожної стадії життєвого циклу організації.

Ключові слова: життєвий цикл організації, стадія життєвого циклу підприємства, організаційна динаміка, соціально-економічна система.

Abstract

The work features organizational dynamics on different stages of its life cycle are investigated. Trying to identify a system of strategic goals and objectives, especially the formation of resource potential for each stage of the life cycle

Keywords: life cycle of the organization, stage of life cycle of an enterprise, organizational dynamics, socio-economic system.

Вступ

Динамізм перетворень, які протікають в економіці України, відображує зростання основних показників соціально-економічного розвитку. Цілком природно, що складність економічних процесів, яка каскадно зростає, ставить нові, більш високі вимоги до управління економічними системами всіх рівнів. Наукові напрацювання у напрямку дослідження проявів хаотичної динаміки в економіці, а також виявлення подій катастрофічної природи, пов'язаних із різкими стрибкоподібними змінами змінних стану економічних систем, вплив невизначеностей і нерегулярності, що вагомо відбиваються на формування економічних умов, доводять, що застосування класичних методів і моделей управління у цій ситуації є малоефективним. Це диктує необхідність переорієнтації методології наукових пошуків з дослідження процесів стабілізації на вивчення особливостей самоорганізації системи, з дослідження її стабільності функціонування на вивчення її нестійкої поведінки, з детермінізму на вивчення невизначеності.

Результати досліджень

Проблеми сутності та закономірностей моделей життєвого циклу підприємства вивчали чимало науковців, серед яких: О. Ареф'єва І. Адісес, Л. Грейнер, Б. Мільнер, Г. Козаченко, С. Корягіна, О. Кузьмін, Л. Лігоненко, О. Мельник, Г. Широкова та ін. Варто зазначити, що кожен автор, який досліджував чи досліджує теорію життєвого циклу підприємства дещо по-своєму трактує об'єкт дослідження.

Спираючись на аналіз підходів до визначення життєвого циклу підприємства [1-5], під життєвим циклом підприємства будемо розуміти сукупність стадій діяльності системи, що послідовно змінюють одна одну, створюючи закінчене коло розвитку підприємства протягом певного проміжку його еволюції, кожна з яких характеризується певною системою стратегічних цілей та завдань, особливостями формування ресурсного потенціалу, цінностями та реалізованими напрямками діяльності.

Постановка питання дослідження організаційного розвитку (динаміка – це хід розвитку, зміна явища) є відносно новою для економічних досліджень і представлена у сучасній літературі лише у поодиноких наукових роботах лише поверхнево. У роботах даної спрямованості переважають погляди, у яких сутність категорії "організаційна динаміка" зводиться до моделювання змін поведінки колективу організації у взаємовідносинах з керівником, тобто по суті до одного із можливих трактувань іншої неоднозначно визначеної економічної категорії "організаційної поведінки".

Під організаційною динамікою, як результатом дослідження даної дефініції [6], розуміємо процес змін, у ході якого формуються визначені моделі поведінки організації, осіб та груп, що входять до її

складу, а також усіх зацікавлених у розвитку відповідної організації соціальних сил (мереж організації). Для організаційної динаміки за нестабільного зовнішнього середовища, на наш погляд, характерні перш за все, такі риси, як: посилення цільової невизначеності, загострення боротьби за ресурси, поява новітньої ресурсної бази, використання якої вимагає навчання організації, оволодіння її членами нових технологій, індивідуальний та груповий опір змінам, деформації організаційної поведінки внаслідок розломів статусних та рольових структур, зміни в ціннісно-нормативній системі організаційного життя.

Дослідження сутності організаційної динаміки у розрізі розділу економічної науки, що вивчає детерміновану поведінку в часі економічних систем під впливом внутрішніх і зовнішніх факторів з метою аналізу рівноваги й управління їх стійкістю, співпадає за векторною направленістю із авторським розумінням досліджуваної категорії. Прихильники такої точки зору пропонують формалізацію даної дефініції, як дескриптивної динамічної детермінованої економіко-математична моделі економічного процесу в термінах апарата диференціальних і різницевих рівнянь, яку використовують для дослідження детермінованої поведінки в часі економічних систем під впливом внутрішніх і зовнішніх факторів з метою аналізу рівноваги й управління стійкістю.

Насьогодні в літературі запропоновано чимало моделей життєвого циклу підприємства, що відрізняються кількістю, змістовністю та послідовністю стадій, а також наявні спроби виявити кількісні та якісні зміни, які ведуть до переходу підприємства від однієї стадії до іншої в межах кожної з них [7-9]. Не викликає сумнівів, що рух підприємства по траєкторії життєвого циклу суттєво змінює сутнісне наповнення організаційної динаміки підприємства. У табл. 1 наведено особливості організаційної динаміки підприємства залежно від стандартизованих стадії його життєвого циклу, а саме: народження, зростання, стабільності та занепаду.

Таблиця 1. - Особливості організаційної динаміки підприємства залежно від стадії його життєвого циклу

Народження	Зростання	Стабільність	Занепад
Покриття дефіциту оборотних засобів, підвищення рівня фінансової стійкості, підвищення рівня професійних навичок та знань персоналу, формування досвіду у власників та керівництва підприємства, розширення вузького кола клієнтів, постачальників, розвиток бренду тощо	Закріплення ринку, організація праці спрямована на планування прибутку та розробку механізму стимулювання, підвищення ступеня агресивності конкурентної стратегії підприємства, виникнення системи зв'язків виробничого процесу, покриття дефіциту у ліквідних коштах, оптимізація співвідношення позикових та власних коштів, раціоналізація горизонтальної диверсифікації	Забезпечення оптимальної організації бізнес-процесів, підвищення ефективності організаційної та управлінської структури, забезпечення технічної досконалості товарів, інноваційний розвиток підприємства	Збереження попиту та утримання обсягів продажу і доходів, сповільнення зниження рентабельності діяльності, утримання ринків збуту, скорочення потреби у фінансових ресурсах та пошук нових джерел їх залучення, реструктуризація основних фондів за моральним та фізичним зносом.

Висновки

Врахування зазначених особливостей повинне відбитися на підходах до побудови критеріїв ефективності систем управління. У якості таких пропонується розглядати: точність, гнучкість, продуктивність, життєздатність, якість і швидкодію, що, у свою чергу, підвищує вимоги до інструментального забезпечення процесів прийняття рішень. Складність економічних систем, і насамперед не в повсякденному, а кібернетичному сенсі цього поняття, потребує від керівників і дослідників адекватних за складністю й організацією механізмів управління.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Лігоненко Л. О. Антикризове управління підприємством: теоретико-методологічні засади та практичний інструментарій / Л. О. Лігоненко. – К. : КНЕУ, 2001 – 580 с.
2. Бланк И. А. Управление активами / И. А. Бланк. – К. : Ника-Центр, 2000. – 720 с.
3. Козаченко Г. О. Формування механізму стратегічного управ-ління великими виробничо-фінансовими системами промис-ловості : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра екон. наук: спец 08.07.01 / Г. О. Козаченко ; Ін-т економіки промисло-вості НАН України. – Донецьк, 1998.
4. Мильнер Б. З. Теория организации : учебник / Б. З. Мильнер. – 3-е изд., перераб., доп. – М. : ИНФРА-М, 2002. – 558 с.
5. Корягіна С. В. Економічна оцінка та планування життєвого ци-клу розвитку підприємства : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук. – Львів : Вид-во НУ «Львівська полі-техника», 2004. – 21 с. : дис. ...канд. екон. наук : спец. 08.06.01 – Економіка, організація і управління підприємствами / Корягіна Софія Василівна. – Львів, 2004. – 201 с.
6. Сметанюк О.А. Поняття «організаційної динаміки»у категорійному апараті організаційних досліджень / О.А. Сметанюк // Матеріали І Міжнародної наук.-практ. конф. «Поведінкові засади розвитку підприємств в контексті менеджменту: генезис і перспективи» . – Вінниця: ФОП Рогальська І.О., 2014. – С.103-106
7. Матюшенко О.І. Життєвий цикл підприємства: сутність, моделі, оцінка. / О. І. Матюшенко // Проблеми економіки. – 2010. – № 4. – С. 82–91. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.problecon.com/pdf/2010/4_0/82_91.pdf
8. Ареф'єва О. В. Стратегічне забезпечення життєвого циклу підприємства / О. В. Ареф'єва // Актуальні проблеми економіки. –2008. –№ 3. –С. 43–49.
9. Кохан М.О. Порівняльний аналіз основних концепцій життєвого циклу організації / М.О. Кохан, І.М. Шквірук // Молодіжний економічний дайджест.– 2014. – №1(1).– С.12-18 [Електронний ресурс].– Режим доступу : [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/med_2014_1\(1\)_5.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/med_2014_1(1)_5.pdf).

Сметанюк Олена Анатоліївна, к.е.н., доцент, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, elena_smetaniuk@ukr.net.

Smetaniuk Elena, PhD in Economics, docent, Vinnytsia National Technical University, Vinnitsa, elena_smetaniuk@ukr.net.

СУЧАСНЕ ТРАКТУВАННЯ СИНТЕЗУ КОНКУРЕНЦІЇ ТА МОНОПОЛІЇ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Проаналізовано та досліджено методологію дослідження синтезу понять монополії та конкуренції. Обґрунтовано взаємозв'язок між конкуренцією та монополією. Акцентовано увагу на сучасній теорії конкуренції, а саме на ринковій структурі - монополістичній конкуренції.

Ключові слова: конкуренція, монополія, недосконала конкуренція.

Abstract

There had been analyzed synthesis of monopoly and competition. Substantiated the relationship between competition and monopoly. Emphasized on the modern theory of competition, such as market structure - monopolistic competition.

Key words: competition, monopoly, imperfect competition.

Вступ

У вітчизняній літературі дослідженню конкуренції не було надано достатньої уваги, хоча в західній літературі минулого століття, велось активне наукове обговорення та обґрунтування місця та ролі теорії конкуренції в економіці. Досліджуючи сучасну теорію конкуренції в методологічному розрізі необхідним є визначити взаємозв'язок конкуренції та монополії.

Результати дослідження

Теорія конкуренції посідала та посідає чільне місце в дослідженнях представників різних наукових шкіл. Класична політична школа розглядала вільний ринок, марксистська теорія виступала за існування абсолютної природної монополії, кейнсіанська теорія розглядала цілком регульований ринок, неокласики досліджували помірне втручання держави в економіку. Досі в трьох основних питаннях, таких як саморегульованість ринку, державне втручання в економіку, необхідність конкуренції та її сутність економічні течії не дійшли єдності, і вони залишаються досі актуальними та відкритими.

По мірі дослідження ринку, активного або пасивного державного втручання в економіку, конкуренцію та монополію розглядали як позитивне так і негативне явище. На нашу думку, конкуренція є однією із невід'ємних складових ринку та базисом функціонування ринкового механізму, взаємовідносини та взаємодії між ринковими агентами та суб'єктами, основою інноваційного та науково-технічного розвитку ринку. Ґрунтовне дослідження монополії як крайньої точки розвитку конкуренції та першоджерела обґрунтування теорії недосконалої конкуренції було здійснено маржиналістами та марксистами. Досі недослідженими є питання сучасного трактування та місця теорії конкуренції в трансформаційній постіндустріальній економіці України. Відповідно до структурного підходу та до морфології ринків за Г. фон Штакельбергом та В. Ойкеном конкуренція та монополія є полярними структурами ринку, поєднання яких призводить до появи видів недосконалої конкуренції. Оскільки, останні структури є абстрактними, тому поява сучасних реальних ринкових структур можлива лише за умови поєднання «полярних» точок конкуренції та монополії, але лише в методологічному розрізі для роз'яснення необхідних умов функціонування ринкових структур. Насправді монополістична конкуренція та олігополія утворюються та існують на ринках в зв'язку з постійними інноваційними процесами, НТП, консьюмерським рухом, психологічним фактором вибору товару споживачем і т. д.

Стосовно ж синтезу конкуренції та монополії, таке твердження було висунете, тому що так простіше було пояснити абсолютно нові ринкові структури в теоретичному розрізі. В таблиці 1 представлені філософські методи щодо визначення поєднання монополії та конкуренції, а саме дихотомія, синтез та діалектика, антиномія, які використовуються в методологічному поясненні поєднання монополії та конкуренції.

Таблиця 1. Філософські методи розуміння поєднання функціонування категорій монополія та конкуренція

Назва філософського методу	Суть методу
Дихотомія	Роздвоєність, послідовний розподіл на дві частини, не пов'язані між собою. Спосіб логічного поділу класу на підкласи, який полягає в тому, що ділене поняття повністю ділиться на два взаємовиключних поняття.
Синтез	Процес з'єднання або об'єднання раніше розрізнених речей і понять в ціле або набір.
Діалектика	Метод аргументації в філософії, а також форма і спосіб рефлексивного теоретичного мислення, що має своїм предметом протиріччя мислимого змісту цього мислення
Антиномія	Є суперечністю між двома твердженнями, що взаємно виключаються, але визнаються в однаковій мірі істинними (однаково доказовими логічним шляхом).

Складено на основі джерела [1].

Акцентуємо увагу на тому, що деякі автори використовують термін симбіоз конкуренції та монополії, але на нашу думку симбіоз – це стадія взаємовідносин та співпраці підприємств на ринку, при якій одна сторона бере користь від іншої. Оскільки, симбіоз - форма взаємин, при якій обидва партнери або тільки один отримує користь з іншого.

Вперше діалектику такої взаємодії описав К. Маркс, зазначивши, що на практиці реалізовані не тільки конкуренція, монополія та їх антагонізм, а й їх синтез, який є рухом: монополія створює конкуренцію, і навпаки. Синтез полягає в тому, що монополія існує, тому що постійно вступає в конкурентну боротьбу [2].

Нікітіна Н. М. [3] обґрунтувала неспроможність заперечення діалектичної єдності монополії і конкуренції, полягає в односторонньому перебільшенні ролі конкуренції і зниження значимості, недооцінки потенційних можливостей монополії в реалізації наукових досліджень і науково-технічних розробок, створенні наукомісткої і інноваційної продукції, що мають вирішальне значення для забезпечення конкурентоспроможності країни в сучасних умовах. Виявлено, що особливістю діалектичного взаємодії конкуренції і монополії в перехідній економіці є менш дієвий, деформований характер цього процесу (монополії без конкуренції грають консервативну роль, не склався, не працює ефективний механізм їх взаємодії).

Петрищев М. В [4] доводить, що поняття «монополістична конкуренція» є гносеологічне протиріччя, антиномія-проблема. Її розв'язання полягає в розмежуванні рівнів відносин монополістичної конкуренції - монополістичної ніші диференційованого товару на конкурентному ринку його родового товару.

Активне дослідження синтезу конкуренції та монополії виникло після 1930 рр. після робіт Дж. Робінсон та Ед. Чемберліна, хоча цими вченими було введено абсолютно нові види ринкових структур не схожі на існуючі - монополістична конкуренція та олігополія. До 1930 рр. монополістичну конкуренцію, притаманною рисою якої є диференціація продукції, не було досліджено взагалі. На відміну від монополістичної конкуренції дослідженням олігополії, а саме дуополії, присвячувала праці школа маржиналістів.

Висновки

Необхідність в дослідженні синтезу монополії та конкуренції була об'єктивною. Оскільки описані раніше ринкові структури монополія та досконала конкуренція були не репрезентативними та прогалина, яка існувала між полярними точками (конкуренцією та монополією) не була досі заповненою. Після появи теорії недосконалої конкуренції відбулось обговорення, що монополістична конкуренція та олігополія є не що іншим як синтезом монополії та досконалої конкуренції. Оскільки, так було простіше обґрунтувати ці ринкові структури виходячи із вже відомих ринкових структур.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Википедия свободная энциклопедия [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org>
2. Студенческая библиотека [Електронний ресурс]/ Диалектика монополии и конкуренции в условиях капитализма // Режим доступу: http://studbooks.net/3171/ekonomika/dialektika_monopolii_konkurentsii_usloviyah_kapitalizma
3. Никитина Н. Н. Диалектика конкуренции и монополии : автореф. дис. на соискание наук, степени канд. экон. наук : спец: 08.00.01 “Экономическая теория” / Н. Н. Никитина. - Уфа, 2005. – 18 с.

4. Петрищев М. В «Монополистическая конкуренция» как антиномия-проблема / Петрищев В. М // Проблемы современной экономики. - N 2 (42). – 2012. – С. 62 – 65.

Любов Сергіївна Філатова – асистент кафедри менеджменту та моделювання в економіці, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: filatovalyba@gmail.com

Lyubov S. Filatova – Assistant with the Department of Management and Simulation in Economics, Vinnytsia National Technical University, Vinnitsa.

НЕСПОСТЕРЕЖУВАНА ЕКОНОМІКА ЯК ФЕНОМЕН СУЧАСНОСТІ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Здійснено аналіз неспостережуваних економічних процесів, що відбуваються в аграрному секторі України. Особлива увага приділена сучасним тіншовим економічним схемам. Встановлено, що вітчизняний сектор економіки має чіткі ознаки системної кризи в процесах регулювання ринкового середовища.

Ключові слова: неспостережувана економіка, підприємство, аграрний сектор, регулювання, влада.

Abstract

The analysis of observed economic processes taking place in the agrarian sector of Ukraine. Special attention is given to modern economic shady schemes. It was established that the domestic economy has clear signs of a systemic crisis in the process of regulating the market environment.

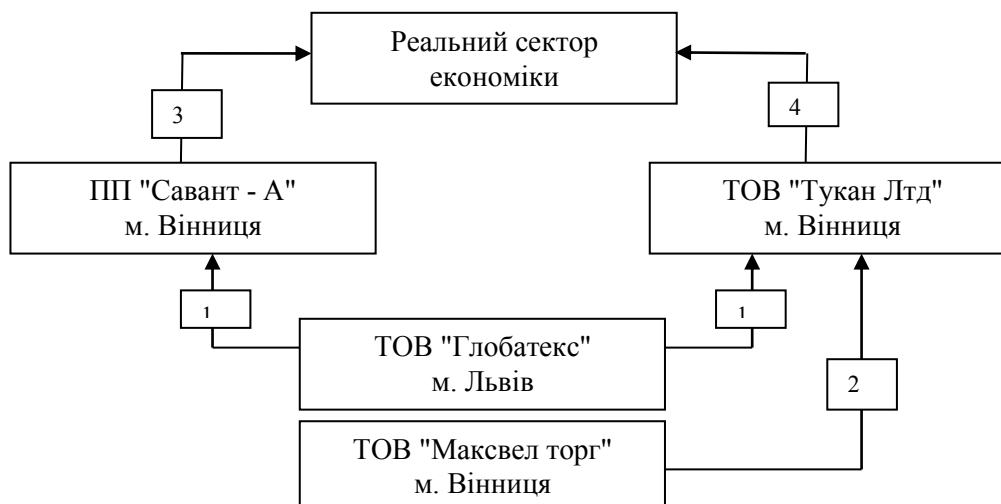
Keywords: non observed economy, business, agricultural sector, regulation and government.

Вступ

Слід відзначити, що агресивні дії суб'єктів господарювання щодо участі в неспостережуваних економічних процесах обумовлені значною мірою гуманізацією законодавства. Практика функціонування неспостережуваної економіки свідчить, що лібералізація законодавства є не виправданою на даному етапі розвитку для нашої держави. Очевидно, що тактичні маневри влади у цьому напрямку неминуче призведуть до стратегічних помилок щодо забезпечення стійкого соціально-економічного розвитку в державі. Саме тому, адекватне визначення ступеня та міри відповідальності за участь у неспостережуваних економічних процесах є необхідною умовою для такого розвитку.

Результати дослідження

Нині значна кількість суб'єктів господарювання концентрують свої зусилля не на створенні благ в реальному секторі економіки, а здійснюють пошук механізмів (схем) (рис. 1) ухилення від сплати обов'язкових платежів (податків, зборів та ін.)



Примітки : 1 – товар (одяг вживаний) на загальну суму ПДВ близько 9 млн. грн.; 2 – товар (яблука, помідори, огірки та ін.) на загальну суму ПДВ близько 1 млн. грн.; 3 – декларація реалізації іншого товару підприємствам реального сектору економіки (автошини, автозапчастини, сантехніка та ін.); 4 – декларація реалізації іншого товару підприємствам реального сектору економіки (ящики, піддони, сітка та ін.).

Рис. 1. Типова схема впливу неспостережуваних економічних процесів на реальний сектор економіки

Необхідно відзначити, що керівники та /або засновники таких підприємств (наприклад, ПП "Савант - А", ТОВ "Тукан Лтд" та ін.), як правило, укладали договори оренди приміщення на один місяць, а потім суб'єкти господарювання зникали у невідомому напрямку. На нашу думку, подібні неспостережувані схеми нівелюють ринкові основи. Між тим недооцінка неспостережуваної економіки перешкоджає проведенню чіткого регулювання діяльності агентів ринку.

Комусь це може здатися дивним, проте діюче вітчизняне законодавство дозволяє проводити суб'єктам господарювання неспостережувані економічні процеси навіть за умови, коли органи влади здійснили ідентифікацію порушень. Наприклад, у 2015 р. ТОВ "Гольфстрім ТМ", маючи кримінальне провадження, тривалий час продовжувало реєстрацію податкових документи в Єдиному реєстрі податкових накладних (ЄРПН).

Очевидною реальністю в аграрному секторі є недотримання вимог земельного законодавства фермерськими господарствами. Слід відзначити, що досить поширеним залишається явище, коли фермери не бажають переглядати, в силу різних причин, договори оренди землі в яких розмір орендної плати не відповідав законодавчо встановленій нормі. Так, наприклад, лише на території Жмеринського району Вінницької області у 2014-2015 рр. залишалися не переглянутими договори оренди землі по таких господарствах як ФГ "ОР", ФГ "Оксамит", ФГ "Жмеринський зернопромисловий комплекс" та ін. У результаті чого втрати місцевих бюджетів складали сотні тисяч гривень.

Не можна не розуміти, що саме створення та забезпечення державою справедливості, тобто рівних умов ведення бізнесу, є важливим фактором захисту конкурентного середовища. Неспостережувана економіка руйнує діючу систему управління, а також дає імпульс для масових соціально-економічних дисфункцій. Слід відзначити, що цей тип економіки виникає виключно з практичної діяльності конкретних агентів ринку.

Ось один приклад. У 2015 р. сільськогосподарське підприємство СТОВ "Агрокруп" при відсутності основних фондів, виробничих активів, складських приміщень, транспортних засобів та технічного персоналу задекларувало господарську діяльність з іншими суб'єктами господарювання, зокрема реалізацію сільськогосподарської продукції власного виробництва таким агентам ринку як ТОВ "Полонське", ТОВ "Торговий дім "Укрсварка", ТОВ "НВП Гідро – Альфа". Необхідно відзначити, що вищим менеджментом підприємства СТОВ "Агрокруп" було задекларовано лише реалізація насіння соняшника ТОВ "Торговий дім "Укрсварка" на загальну суму ПДВ близько 2,5 млн. грн., а також сої на адресу ТОВ "Полонське" майже 2,54 млн. грн. При цьому важливо відзначити наступне: 1) площа сільськогосподарських угідь орендованих СТОВ "Агрокруп" у 2015 р. становила близько 8,39 га, що фактично унеможливило реальність вирощення сільськогосподарської продукції у таких обсягах; 2) підприємство СТОВ "Агрокруп" було зареєстроване у 2011 р. на території Погребищенського району, а у другій половині 2015 р. воно перейшло на державний облік у м. Київ, але вищий менеджмент (директор та бухгалтер в одній особі) був зареєстрований у м. Львові; 3) вищий менеджмент СТОВ "Агрокруп" у 2015 р., намагаючись ввести органи влади в оману, задекларував оренду сільськогосподарської землі у загальній площі близько 6228 га, до речі, як правило, це були суб'єкти господарювання з інших регіонів, наприклад, ТОВ "Близнюки" (Одеська область), ТОВ "Сатурн" (Миколаївська область) та ін., при чому реально такої оренди не здійснювалося.

Таким чином, аналіз вищезазначеного дозволяє нам чітко стверджувати, що вищий менеджмент та /або засновники СТОВ "Агрокруп" не вирощували самостійно сою та насіння соняшника у 2014 р., а відтак операції щодо поставки власно вирощеної продукції є проявом неспостережуваної економіки (які, до речі, мають каратися законодавством відповідно до ст. 205 КК України [1]). І такі протиріччя – це реальність вітчизняного аграрного сектору економіки. Разом з тим, ступінь вини агентів ринку згідно норм діючого законодавства визначається лише судом.

Масовим є явище, коли суб'єкти господарювання декларують значні обсяги доходів і при цьому звітують про відсутність найманих працівників, як наслідок, податок на доходи фізичних осіб не сплачується. Так, наприклад станом на 01.01.2015 р. найбільша кількість таких підприємств значилася на обліку в м. Києві – 4580 суб'єктів, Дніпропетровська – 1218 агентів, Харківська область – 908 та ін.

Цілком очевидно, що усуваючись від вирішення проблем обумовлених негативною дією неспостережуваної економіки, ми фактично провокуємо суб'єктів господарювання до того, щоб саме цей різновид відносин ставав повсякденним компонентом нашого життя.

На нашу думку, відсутність чіткої організації у боротьбі з неплательниками податків (зборів, внесків та ін.) фактично компрометує органи влади. Більш того ми глибоко переконані, що лише чіткий політичний імпульс у поєднанні з відповідною правовою базою може вирішити ці проблеми.

Підприємства аграрної сфери, виступаючи суб'єктами розвитку неспостережуваної економіки, слугують для нас свідченням того, що заходи контролю та покарання з боку державної влади потребують ретельного вивірення та перевірки на предмет встановлення свідомого або несвідомого умислу. Наприклад, у 2014 р. було розпочато кримінальне провадження щодо службових осіб підприємства ТОВ "Тульчинський маслосирзавод", яке було розміщене у м. Тульчин Вінницької області. Цей суб'єкт господарювання у 2012 р. не включив до складу валових доходів кредиторську заборгованість, до речі, термін позовної давності якої минув по взаєморозрахунках з ТОВ "Профітіс-Б", на загальну суму близько 6228 тис. грн., а звідси відповідно було завищено суму податкового кредиту ТОВ "Тульчинським маслосирзаводом" по взаєморозрахунках з ТОВ "Профітіс-Б" на суму майже 1038 тис. грн. Дії підприємства передбачають порушення ст. 135, 198 Податкового кодексу України [2], і по факту можна констатувати ухилення від сплати податків. Однак все ж таки, на нашу думку, влада повинна ретельно розбиратися в характері порушень, тобто чітко встановлювати, що приховується за неспостережуваною економічною операцією : безвідповідальність та "легковагість" (непрофесіоналізм) службових осіб підприємства у відношенні до сплати обов'язкових бюджетних надходжень чи свідоме втілення заздалегідь злочинних задумів. Адже це є об'єктивною потребою для соціуму.

Висновки

Масштаби та практичні аспекти протидії неспостережуваній економіці свідчать, що заходи котрі вживає українська влада залишаються недостатніми, оскільки відсутня комплексність в діях, а також неналежне формування цілей регулювання діяльності агентів ринку. Створюється враження, що ця боротьба є більшою мірою імпровізацією аніж чітка програма дій. Безперечно, що в таких умовах інерційного розвитку, держава, створюючи сприятливі умови ведення тіньового бізнесу, мимоволі стимулює виникнення неспостережуваної економіки.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Україна. Закони. Кримінальний кодекс України від 05.04.2001 р. № 2341-III (із змінами та доповненнями) [Електронний ресурс]: Офіційний сайт Верховної Ради України. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2341-14>.
2. Україна. Закони. Податковий кодекс України від 02.12.2010 р. № 2755-VI (із змінами та доповненнями) [Електронний ресурс]: Офіційний сайт Верховної Ради України. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>.

Володимир Михайлович Семцов – доцент кафедри менеджменту та моделювання в економіці, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: vova_sem@rambler.ru.

Vladimir Mikhailovich Semtsov – PhD (Economics), Associate Professor, of the Department of Management and Simulation in Economy, Vinnytsia national technical university, Vinnitsa, e-mail: vova_sem@rambler.ru.

ОСОБЛИВОСТІ ПОБУДОВИ РЕГУЛЯТИВНОЇ ПОЛІТИКИ В УКРАЇНІ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Обґрунтовано принципи регулятивної політики як універсального економічного процесу, а також модифікація такого стосовно України.

Ключові слова: регуляції, регулятивна політика, ринок, макроекономіка, Україна

Abstract

Grounded principles regulatory policy as a universal economic process, as well as the modification of such in respect of Ukraine.

Keywords: regulation, regulatory policy, macroeconomics, Ukraine

Вступ

Детермінантна на даний час у світі економічна парадигма базується на принципах ринкової економіки, що, як відомо, були закладені теорією класичної політекономії, а також її модифікованими варіантами неокласичного змісту. В основу цієї точки зору полягав концепт економічного лібералізму, який загалом ігнорував фактор державного регулювання економіки; аргументом для зазначеного була теза про універсальність механізмів ринку та апріорну досконалість цього інституту. З 30-х рр. XX ст. цю систему поглядів було модифіковано з огляду на поправку про природну недосконалість ринкових механізмів (згідно теорій монополістичної та недосконалої конкуренції Е.Чемберліна та Дж.Робінсон, а також Дж.М.Кейнса) та необхідність внаслідок цього державного регулювання економіки. На цих постулатах ґрунтується сучасна версія кейнсіанської, нео- та посткейнсіанської, а також неоліберальних теорій. І з цього часу актуалізувалося і не втрачає своєї важливості питання створення ефективної моделі регулятивної політики, яка б була максимально орієнтованою на наявні проблеми конкретної країни та була здатна їх вирішувати. Особливо актуальним є зазначене для країн із перехідної економікою, де традиційні питання регуляції накладаються на потреби враховувати особливості трансформаційних процесів, що самі по собі є кризовими апріорі. Повною мірою проблема характерна і для України.

Результати

Створення національної моделі регулятивної політики слід розглядати як універсальний алгоритмічно процес, який базується на множині принципових позицій, а саме: 1) визначення цілей регуляцій, тобто чого планується досягти при заданій регуляції, що, у свою чергу, потребує чіткого опису моделі відповідного Паретто-ефекту (або іншої моделі оцінювання суспільної вигоди та втрат); 2) вибір методології регулювання із множини відомих теорій та їхніх гібридних варіантів (кейнсіанства, нео-, посткейнсіанства, неолібералізму, у т.ч. монетарної, ордоліберальної та ін.); 3) визначення критеріїв результативності та ефективності регуляцій; 4) визначення конкретних механізмів регулювання в межах обраної методології; 5) розроблення прогностичної моделі змін внаслідок регулювання, яка б передбачала час та параметри регуляцій. Слід особливо підкреслити, що зазначений алгоритм в принципі не складає труднощів, але лише у тому разі, коли політична еліта має чіткі уявлення про таку політику, очікувані результати, і саме головне – волю, бажання, необхідний ступінь незалежності - для здійснення процесу. Технічна (методична) сторона процесу існує і доступна як результат чисельних прикладів здійснення реформ та регуляцій у світі за самих різних політичних та соціально-економічних умов.

Висновки

Для умов конкретно України така модель регулятивної політики об'єктивно матиме ту особливість, що має здійснюватися водночас як політика реформ. Проте, з точки зору

репрезентативного управлінського процесу, можна припустити, що здійснення реформ і регуляцій водночас не тільки не ускладнює, але й полегшує процес.

Мороз Олег Васильович – доктор економічних наук, професор кафедри менеджменту та моделювання в економіці, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: ovmorozz@ukr.net

Oleg Moroz - Doctor of Economics, Professor of Department of Management and Simulation in Economy, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: ovmorozz@ukr.net

ПРОЦЕСИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО МАШИНОБУДУВАННЯ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Розглянуто сутність процесів забезпечення інвестування, його особливості; здійснено класифікацію процесів забезпечення інвестиційного розвитку

Ключові слова: інвестування, процеси забезпечення, розвиток.

Abstract

The meaning of ensuring investment processes and its peculiarities are considered; the classification of processes ensuring investment development is made

Key words: investment, processes of ensuring, development.

Вступ

Сучасний стан розвитку економіки України об'єктивно вимагає радикальних змін в розвитку інвестування, оскільки забезпечити майбутнє економічне зростання без значного приросту інвестицій в реальному секторі неможливо. Налагодження процесів забезпечення інвестиційного розвитку відіграє важливу роль в активізації інвестиційної діяльності підприємств. Актуальність забезпечення інвестиційного розвитку пояснюється тим, що саме бачення інвестором процесів забезпечення допомагає залучити нові виробничі потужності через відображення рівня культури виробництва.

Результати дослідження

Формалізація процесів забезпечення інвестування може передбачати використання сукупності методів, способів, механізмів, програм чи алгоритмів вирішення існуючих завдань, регламентування яких відрізняються у різних сферах економіки для усіх суб'єктів господарювання. Багатоваріантність підходів до визначення процесів забезпечення дозволяє ідентифікувати сутність процесів забезпечення інвестування, які вважаємо за доцільне розглядати як сукупність заходів, умов, засобів чи методів, що спрямовані на забезпечення стабільного інвестиційного процесу.

Сукупність процесів забезпечення інвестування характеризує інвестування з різних точок зору, проте вичерпної характеристики інвестування з позицій усіх процесів, які йому характерні, не запропоновано. Вважаємо, що інвестування має трактуватися з поглядів його організації, оскільки існування виробництва, збуту, технологій, персоналу, способів використання ресурсів залежить саме від ефективності організації. Такий механізм функціонування дозволяє розділити процеси забезпечення на основні та допоміжні (рис. 1).

Прикладне освоєння інвестицій повинно базуватися на дотриманні вимог нормативно-правових актів (нормативно-правове забезпечення) конкретного регіону реалізації інвестування. Відповідно до таких вимог має бути сформована організаційна структура на яку будуть покладені обов'язки реального втілення інвестицій (організаційне забезпечення), які мають бути належним чином профінансовані (фінансове забезпечення). Здійснення таких заходів передбачає певний механізм, який розкривається через допоміжні процеси забезпечення інвестування.

Систематизація процесів забезпечення інвестування дозволяє виявити основні важелі впливу та відповідно регулювання інвестування, що є змістом інвестиційного менеджменту. В основу виділення основних процесів забезпечення інвестування повинна бути покладена їх нормативно-правова основа, що пояснюється існуванням значної кількості нормативно-правових актів, які включають: Закони України, укази Президента України, Постанови Уряду, накази відповідних інституцій, що організаційно управляють інвестиційним процесом. Інвестиційне законодавство України упродовж років незалежності в Україні склало майже тисячу законодавчих актів, які регулюють ту чи іншу сферу інвестиційної активності [1]. Поряд з цим існують міжнародні, державні, галузеві стандарти діяльності,

які необхідно виконувати, що додатково ускладнює роботу підприємств. Таким чином, нормативно-правова основа виступає основним аксіоматичним чинником у інвестуванні, що дозволяє виділити, а також віднести процеси нормативно-правового забезпечення інвестування підприємств до основних.



Рис. 1. Класифікація процесів забезпечення інвестування (авторська розробка)

Формування необхідного фінансового забезпечення інвестування є першоосовною без якої неможливі будь-які вкладення. Фінансове забезпечення є важливим з точки зору достатності інвестиційних ресурсів, їх вартості, графіка надходжень, структури джерел фінансування, матеріальної відповідальності уповноважених осіб і т. д. Нездатність інвестора забезпечити належне фінансове забезпечення зводить на нівець усі спроби менеджерів ефективно управляти реалізацією інвестицій, а існування найбільш сприятливого правового середовища залишиться лише в якості декларативних положень.

Організаційне забезпечення процесів інвестування поряд із нормативно-правовим та фінансовим є гнучкою структурою, що змінюється на різних етапах реалізації інвестування і виступає тимчасовим елементом організаційної структури, що повинен гарантувати узгодженість і координованість взаємодії всіх підрозділів, задіяних до реалізації інвестування, які за допомогою допоміжних процесів забезпечення інвестування дозволять послідовно реалізувати інвестиції [2].

Виділення допоміжних процесів забезпечення інвестування пояснюється основами реалізації різноманітних аспектів інвестиційної діяльності.

Мається на увазі, що при інвестуванні об'єкт інвестування існує в певному інституційному середовищі (інституційне забезпечення) і має використовувати відповідну інфраструктуру (інфраструктурне забезпечення). На об'єкт інвестування надходить інформація (маркетингове та інформаційне забезпечення), яка має бути опрацьована відповідальними особами (кадрове забезпечення) та має бути прийняте рішення стосовно того як діяти надалі (технологічне забезпечення) і які при цьому використовувати ресурси (ресурсне забезпечення). Крім того, на наш погляд, можливим є виділення інших видів процесів забезпечення інвестування, що характеризують окремі особливі елементи інвестування, що відображають в цілому сутність інвестування.

Висновки

Виявивши несистемність досліджень процесів забезпечення інвестування доцільно відзначити їх інтегрованість та взаємообумовленість, які пояснюються існуванням проблем інвестиційної діяльності в відповідних напрямках функціонування підприємств, що становлять значний науковий інтерес у сфері вдосконалення інвестування.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Косенко А.В. Нормативно-правовий механізм державного регулювання інвестиційних потоків в Україні [Електронний ресурс] / А.В. Косенко // Економіка будівництва і міського господарства – Режим доступу: http://donnasa.edu.ua/publish_house/journals/esgh/2013-2/10_Kosenko.pdf
2. Карачина Н.П. Формування передумов інвестиційного розвитку галузі сільськогосподарського машинобудування [Текст] / Н.П. Карачина, А.В. Вітюк // Економіка та держава. – 2015. - №2. – С. 35-38.

Анна Валеріївна Вітюк – асистент кафедри менеджменту та моделювання в економіці, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: a.vityuk@rambler.ru

Vityuk Anna V. – assistant of Department of Management and Modeling in Economics, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: a.vityuk@rambler.ru

МАРКЕТИНГ НАУКОВИХ ЖУРНАЛІВ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Запропоновано розглянути задачу забезпечення конкурентних переваг наукових журналів з маркетингової точки зору. Сформовано перелік із 6 груп індикаторів, за якими можна формалізувати мету функціонування журналу з подальшим її досягненням маркетинговими заходами в умовах обмежених ресурсів.

Ключові слова: науковий журнал, маркетинг, рейтинг, імпакт-фактор, рецензування.

Abstract

A problem of ensuring the competitive advantages of scientific journals is proposed to formalize from the marketing point of view. A set of 6 groups of indices for describing the scientific journal operation goal is proposed. This formalized goal may be achieved by marketing activities taking into account limited resources.

Keywords: scientific journal, marketing, rating, impact factor, review.

Вступ

Наукові журнали займають провідне місце в системі комунікацій між вченими. Наукові журнали з'явилися в 1665 р. – 5 січня в Франції започатковано науково-літературний журнал «*Journal des sçavans*», а 6 березня в Англії – виключно науковий журнал «*Philosophical Transactions of the Royal Society*». З тих пір журнал «*Philosophical Transactions of the Royal Society*» безперервно видається вже впродовж 350 років. Перший науковий журнал Вінницького національного технічного університету – «*Вісник Вінницького політехнічного інституту*» засновано в грудні 1993 р.

Наукових журналів досить багато. Кращі із них входять до міжнародних наукометричних баз, зокрема Web of Science індексує 12 тисяч журналів, а Scopus – 21 тисячу. Кількість наукових журналів постійно зростає, щороку з'являється біля 1500 нових часописів [1]. Не виключення і наукові журнали Вінницького національного технічного університету, яких в 2015 р. побільшало на 16%. Збільшення кількості наукових журналів загострює конкуренцію між ними. Особливо це стосується України, в якій кількість наукових журналів зростає, а чисельність науково-педагогічних працівників спадає. Крім того, збільшується частка українських науковців, які прагнуть опублікувати свої статті за кордоном.

Редакції та власники наукових журналів для посилення їх конкурентних переваг застосовують різні прийоми. Зазвичай вони базуються на евристичних підходах та методи проб та помилок. Разом з тим, конкурентоспроможність товарів та послуг є предметом досліджень економічних наук. Теоретико-методологічні напрацювання економічних наук із забезпечення конкурентоспроможності товарів та послуг можна певним чином адаптувати на новий об'єкт – на наукові журнали. Для забезпечення конкурентоспроможності наукових журналів одним із найбільш доцільним інструментів, на нашу думку, є маркетинг. Відповідно, метою статті є виявлення ключових аспектів застосування маркетингової діяльності для забезпечення конкурентоспроможності наукових журналів.

Результати дослідження

Формальною ознакою журналу є наявність ISSN (*International Standard Serial Number*) унікального номера періодичного видання. Відповідно, усі видання без ISSN залишаються поза об'єктом нашого дослідження. Класифікувати наукові журнали будемо за такими ознаками: мета видання; політика рецензування; форма видання; тематика видання; політика редагування видання; фінансування видання; мова видання; престижність видання.

За метою видання журнали поділяються на такі: а) що орієнтовані на задоволення потреб авторів у опублікуванні матеріалу з метою зарахування його як наукової статті для виконання формальних вимог – для звіту, для отримання вченого звання, наукового ступеня та інших галочок; б) що орієнтовані на поширення наукових результатів. Журнали (а) на науковому жаргоні називаються *мурзилками* – вони орієнтовані лише для авторів, тобто їх читають зазвичай лише автори статей, і то не зав-

жди. Час від часу в мурзилках заради скандалу чи приколу під виглядом наукової статті публікують усіляку нісенітницю, наприклад, випадковий текст викладений у науковому стилі. В нашому дослідженні мурзилки розглядати не будемо.

Обов'язковою вимогою до наукових журналів є рецензування рукописів. Таке рецензування започатковано журналом «*Philosophical Transactions of the Royal Society*». Політика рецензування буває: а) імітаційна, коли автор разом із рукописом надсилає і рецензію, яку зазвичай сам замість рецензента і пише; б) сліпа – коли автору не повідомляють ім'я рецензентів; в) подвійна сліпа – коли ім'я авторів та рецензентів знає лише редактор журналу. Політика рецензування впливає на якість та оперативність публікацій.

За формою видання журнали поділяються на друковані, електронні та мультимедійні. Спостерігається тенденція збільшення частки електронних журналів. В 2014 р. в друкованій формі виходило лише 41% журналів [1] і цей відсоток постійно знижується.

За тематикою видання журнали поділяються на вузькоспеціалізовані, спеціалізовані та міждисциплінарні. Найбільша частка мурзилки припадає на міждисциплінарні видання.

За політикою редагуванням видання журнали поділяються на такі, що публікують статті без редагування, з літературним редагуванням та з науковим редагуванням.

За фінансуванням видання журнали поділяються на такі, що фінансуються: а) авторами; б) читачами; в) третьою стороною. Можливі і змішані форми. Наприклад, за доступ до статті сплачують читачі журналу, але автор може взяти ці витрати на себе з метою кращого поширення публікації. Такий варіант називається «Open Access». Інколи, наукові журнали виплачують гонорари авторам.

За мовою видання журнали поділяються на такі, що видаються однією, двома або трьома мовами. При цьому, можливі 2 варіанти, коли одна стаття видається лише однією мовою та коли одна і та сама стаття видається кількома мовами одночасно. За другим варіантом інколи перекладена версія журналу має інший ISSN, тобто вважається іншим журналом.

За престижністю видання журнали можна поділити на топові, козирні, хороші, посередні, ганебні. Топові журнали – це найбільш авторитетні журнали, наприклад, «*Nature*» або «*Science*», опубліковані в яких мріє кожен науковець. До топових журналів можна віднести видання з першого квартиля рейтингу Web of Science чи Scopus. До хороших – журнали з другого та третього квартилів рейтингу Web of Science чи Scopus. До посередніх, наприклад, більшість журналів зі списку українських фахових видань. До ганебних – журнали, публікація в яких суттєво підмочує репутацію науковця. Такими виданнями, можна вважати мурзилки, які пройшли, наприклад, тест «Корчеватель» і опублікували як наукову статтю згенерований комп'ютером випадковий текст. Для попередження молодих науковців досвідчені вчені створили кілька спеціалізованих сайтів зі списками таких фейкових журналів.

Наукові журнали є посередником між авторами та читачами статей. Особливістю взаємодії між авторами журналу та читачами є те, що деякі читачі через певний час теж можуть стати авторами. Звичайно, автори журналу також виступають як читачі інших статей журналу. Такі трансформації «читачі → автори» та «автори → читачі» стосуються саме наукових журналів – для журналів інших типів ці переходи майже не спостерігаються. З економічної точки зору відбувається взаємний перехід від виробника товару (послуги) до споживача і навпаки. Відповідно, щоб застосовувати маркетингові технології для наукових журналів слід підібрати адекватний економічний аналог. На нашу думку, в першому наближенні це може бути банківський маркетинг. Аналогія тут така: автори – клієнти, що розміщують гроші на депозит; читачі – клієнти, що отримують кредит; персонал журналу – банківські працівники. Інший варіант – та маркетинг соціальних мереж. В соціальній мережі користувачі можуть виступати як читачі повідомлень, так і автори. А інформаційна система є посередником між авторами та читачами, подібно до наукового журналу.

Для адаптації технологій маркетингу потрібно знати, за якими показниками можна оцінити ефективність діяльності наукового журналу. Для цього пропонується використовувати такий список індикаторів:

1. *Кількість завантажень статей з сайту журналу* – показник, що характеризує популярність видання серед читачів.
2. *Відсоток прийнятих або відхилених рукописів* – показник, що характеризує популярність журналу серед авторів.
3. *Середня тривалість рецензування однієї статті* – показник, що характеризує оперативність

оцінювання рукопису. В провідних журналах рецензування відбувається за такою типовою схемою: технічна перевірка комплектності рукопису – розгляд рукопису на предмет відповідності тематики журналу головним редактором – призначення редактором розділу двох рецензентів – рецензування – додаткове рецензування у разі суперечливих оцінок рукопису – повторне рецензування після виправлення зауважень. За потребою може збиратися статистика тривалості кожної процедури рецензування.

4. Середні витрати часу на публікацію статті від подачі рукопису до виходу журналу – показує оперативність роботи всього колективу журналу.
5. Імпакт-фактори журналу – показують відгук наукової спільноти на статті журналу. Імпакт-фактор – це середнє число цитувань у поточному році статей журналу, опублікованих за 2 попередні роки (класичний імпакт-фактор) або за 5 попередніх років (п'ятирічний імпакт-фактор). За замовченням імпакт-фактор розраховується за цитуваннями із бази Web of Science. Для врахування престижності видання бали за публікацію множать на зважений імпакт-фактор журналу, який розраховується на основі алгоритму ранжування веб-сторінок Google PageRank. У зваженому імпакт-факторі враховується репутація видань, які цитують розглянутий журнал. Серед зважених імпакт-факторів найпопулярнішими є Eigenfactor [2] та Journal PageRank [3]. Існує і медіанний імпакт фактор, в якому часове вікно для підрахунку цитувань прирівнюють до тривалості напівжиття статей цього журналу [4]. Корисним індикатором буде і медіана поточної цитованості статей журналу за 2 – 5 років.
6. Рейтинг журналу в своїй тематичній області, який визначається номером квартиля за даними Scopus чи Web of Science. Щодо ранжування журналів в Google Scholar (рис. 1), то недоліком цього рейтингу є використання абсолютних показників без віднесення на 1 статтю. Відповідно, журнал, що публікує 500 статей в рік матиме перевагу над журналом, що публікує 50 статей. В рейтингу Google Scholar використовується *h5* – індекс Хірша за статтями журналу за останні 5 років та медіана цитувань статей з ядра *h5*. При використанні індексів цитувань та хірш-подібних індексів слід пам'ятати про їх переваги та недоліки, які детально описано в [5].

На основі формування мети журналу – бажаних значень перерахованих індикаторів розробляється відповідний комплекс маркетингових заходів для досягнення мети в межах виділених ресурсів.

Популярные публикации - Marketing [Подробнее...](#)
h5-медіана представляет собой медиану числа цитирований публикаций, которые входят в *h5-индекс*. [скрыть](#)

Публикация	<i>h5-индекс</i>	<i>h5-медіана</i>
1. Journal of Business Research	64	83
2. Journal of Marketing	58	95
3. Industrial Marketing Management	56	79
4. Journal of Marketing Research	54	85
5. Journal of the Academy of Marketing Science	51	97
6. Journal of Consumer Research	50	73
7. Marketing Science	44	68
8. European Journal of Marketing	40	57
9. Journal of Consumer Psychology	35	50
10. Journal of Interactive Marketing	33	56
11. Psychology & Marketing	33	43
12. Journal of Retailing	32	53
13. International Journal of Research in Marketing	32	49
14. Journal of Service Research	31	93
15. Journal of Retailing and Consumer Services	31	45
16. The Services Industries Journal	30	40
17. Journal of Services Marketing	28	56
18. Journal of Consumer Marketing	28	45
19. Journal of International Marketing	28	44
20. Managing Service Quality: An International Journal	28	40

Рис. 1. Найкращі журнали з маркетингу за рейтингом Google Scholar на 23 лютого 2016 р.

Висновки

Обґрунтовано посилення конкурентної боротьби між українськими науковими журналами. Запропоновано розглядати задачу забезпечення конкурентних переваг наукових журналів з точки зору маркетингу товарів та послуг. Сформовано перелік із 6 груп індикаторів, за якими можна формалізувати мету функціонування журналу з подальшим її досягненням маркетинговими заходами в умовах обмежених ресурсів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Домнина Т.Н. Научные журналы: количество, темпы роста / Т.Н. Домнина, О.А. Хачко // Информационное обеспечение науки: новые технологии. Сборник научн. трудов. М.: РБА. – 2014. – С. 83–96.
2. Bollen J., Rodriquez M.A., Van de Sompel H. Journal status // Scientometrics. – 2006. – Vol. 69, №3. – P. 669–687.
3. Waltman L., van Eck N.J. Field-normalized citation impact indicators and the choice of an appropriate counting method // arXiv preprint. – 2015: arXiv:1501.04431.
4. Sombatsompop N., Markpin T., Premkamolnetr N. A modified method for calculating the impact factors of journals in ISI Journal Citation Reports: polymer science category in 1997–2001 // Scientometrics. – 2004. – Vol. 60, №2. – P. 217–235.
5. Штовба С.Д. Обзор наукометрических показателей для оценки публикационной деятельности ученого / С. Д. Штовба, Е.В. Штовба // Управление большими системами. 2013. – №44 “Наукометрия и экспертиза в управлении наукой”. – С. 262–278.

Олена Валеріївна Штовба — доцент, канд. екон. наук, доцент кафедри менеджменту та моделювання в економіці, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: olena.shtovba@yahoo.com

Shtovba Olena V. — Associate Professor, PhD, Associate Professor on Department of Management and Economical Modeling, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: olena.shtovba@yahoo.com

НЕЙРОЕКОНОМІЧНІ МЕХАНІЗМИ ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Проаналізовано новий міждисциплінарний підхід до вивчення проблематики прийняття рішень суб'єктами економіки, який дозволяє оминати деякі обмеження класичної теорії прийняття рішень шляхом встановлення взаємозв'язку між структурно-функціональними особливостями головного мозку і поведінкою людини в різних сферах, в т. ч. економічній.

Ключові слова: нейроекономіка, управлінське рішення, теорія прийняття управлінських рішень, нейромаркетинг, нейроменеджмент.

Abstract

The new interdisciplinary approach to the research of decision making problems is analysed. It allows to overcome some limitations of classic theory of making managerial decisions by establishment of intercommunication between the structural-functional features of cerebrum and behavior of man in different spheres, especially in economic domain.

Keywords: neuroeconomics, managerial decision, theory of managerial decision making, neuromarketing, neuromanagement.

Вступ

Управлінські рішення складають основу людської діяльності, адже їх наслідки визначають життя окремих людей, організацій, країн. Процес прийняття управлінських рішень є об'єктом дослідження для соціології, психології, політології, економічної теорії, менеджменту, математики, поведінкової економіки.

Тривалий час в економічній науці домінувала раціоналістична парадигма, і поведінка економічних суб'єктів, орієнтована на максимізацію їх власної вигоди, вважалася аксіомою. Разом з тим світова фінансова криза 2008 р. в черговий раз довела, що поведінка суб'єктів господарювання з т.з. класичної економічної теорії переважно є нерациональною. Тому актуалізується потреба розуміння природи ментальних явищ і їх впливу на поведінку людей.

Так, на сучасному етапі в дослідженнях управлінських рішень економічною теорією домінує поведінковий підхід, який на відміну від традиційного раціоналістичного ґрунтується на припущенні про обмежену раціональність. Помітний внесок в трансформацію методології аналізу рішень внесла і нейроекономіка — напрямок дослідження економічної поведінки, зокрема прийняття рішень, із застосуванням сучасних інструментальних методів спостереження і виміру процесів, які відбуваються в мозку людини.

Результати дослідження

Нейроекономіка має на меті показати, що нерациональна поведінка, тобто поведінка, що не вкладається в традиційні нормативні економічні теорії є результатом еволюційного відбору, закріпленого в структурі та функціях нейронних мереж людського мозку.

Сьогодні нейроекономіка формується як міждисциплінарний науковий напрям на стику психології, нейробиології і економічної теорії і направлена на вивчення процесу прийняття рішень під час вибору альтернативних варіантів, розподілу ризиків і винагород. Для розробки моделей прийняття рішень нею застосовуються досягнення нейробиології.

Методами нейроекономічних досліджень є інвазивні (дослідження пацієнтів з порушеннями нервової системи, реєстрація активності нейронів тварин), неінвазивні (транскрипальна магнітна стимуляція мозку, функціональна магнітно-резонансна томографія), генетичні та біохімічні (вивчення впливу гормонів і генів на прийняття рішень), поведінкові (порівняльне вивчення процесів прийняття

рішень у людей і тварин).

В цілому нейроекономіка вивчає процес прийняття рішень на різних рівнях складності, а саме на генному, нейронному, структурно-анатомічному, функціональному, особистісному, соціальному.

Таке різноманіття методів вивчення і рівнів, на яких вони застосовуються, зумовлене вихідними постулатами нейроекономіки.

Для того, аби з'ясувати, як відбувається прийняття рішень, нейроекономісти розділяють цей процес на кілька етапів [1; 2]. На першому етапі відбувається формулювання завдання, формується уявлення про мету і контекст рішення. Тут інтегрується інформація про внутрішній стан організму і фактори довкілля, наприклад, голоду або рівня загрози, в контексті майбутнього дії. На другому етапі визначається цінність (value або valuation) вибору тієї чи іншої поведінкової альтернативи. На третьому етапі порівнюються альтернативні варіанти рішення і відбувається вибір найкращого (action selection). На четвертому етапі після реалізації обраної дії відбувається обробка її результатів і оцінка ефективності. На п'ятому етапі відбувається навчання, тобто оновлення інформації, що зберігається в пам'яті з тим, щоб усі наступні дії виконувалися з якомога вищою ефективністю.

Нейроекономіка, в першу чергу, вивчає процеси, що відбуваються на етапі визначення суб'єктивної цінності альтернатив (другий етап в описаній вище ієрархії процесів) як найбільш значимій стадії, адже саме на ній відбувається оцінка і вибір дії, результат якої призведе до досягнення суб'єктом найбільшої вигоди. При цьому актуальним завданням на цьому етапі є дослідження впливу емоцій на прийняття конкретного рішення.

В ході досліджень Д. Канеманом було доведено існування паралельних систем оцінки людським мозком цінності (корисності) поведінки, а також залежність поведінки від того, яка система оцінки цінності (корисності) використовується в поточний момент часу. Ним була сформульована теорія дуалізму прийняття рішень, яка ґрунтується на взаємодії раціональних та емоційних механізмів прийняття рішень і доводить, що рішення можуть прийматися як раціонально, так і емоційно залежно від активності різних частин мозку (когнітивної або лімбічної). При цьому раціональна система (когнітивна) відкриває можливості для прийняття оптимальних рішень при наявності певної кількості часу, а емоційна система (лімбічна) дозволяє приймати швидкі і цілком адекватні рішення [2; 3].

При побудові моделей прийняття рішень в рамках класичної економічної теорії досить складно виразити корисність певного результату за допомогою абсолютних одиниць. Нейроекономіка прагне подолати це обмеження, описуючи корисність за допомогою кількісних значень активності нейронів, які за це відповідають. Такими нейронами є певні частини дофамінергічної системи (прилегле ядро і орбітофронтальна кора головного мозку). Крім цього, дослідження нейроекономістів [1; 2] вказали на те, що суб'єктивна корисність обробляється нейронами прилеглого ядра, а подальше порівняння здійснюється в орбітофронтальній корі.

Результати досліджень когнітивної та лімбічної систем мозку лягли в основу нейромаркетингу як нового методологічного підходу, що охоплює дослідження поведінки споживачів (мислення, пізнання, пам'ять, емоційні реакції) із застосуванням методів нейробіології для об'єктивної оцінки реакції споживачів на певні маркетингові заходи [1-3].

Ще однією базовою концепцією нейроекономіки є запропонована В. Ньюсамом і М. Шатленом модель прийняття найпростіших перцептивних рішень. Її зміст полягає в тому, що початком процесу прийняття рішень є нейрони-детектори, які отримують дані про наявні можливості. Після цього інформація переходить до нейронів-інтеграторів, які її накопичують в часі і здійснюють прийняття рішень. Чим більшою є кількість інформації, яку отримують інтегратори від детекторів, тим активніше ці інтегратори починають працювати, одночасно пригнічуючи активність інших інтеграторів, які зайняті програмуванням альтернативних рішень — цей процес здійснюється за допомогою гальмівних механізмів. Іншими словами, робота системи інтеграторів показує різницю між доказами на користь кожного з варіантів. Рішення ухвалюється тоді, коли ступінь активності будь-якого інтегратора починає перевищувати «пори́г прийняття рішень» [2].

Вагомим відкриттям нейроекономіки для теорії прийняття рішень є парадигма міжчасового вибору (intertemporal choice), підґрунтям для якої є той факт, що люди по-різному оцінюють величину винагороди залежно від моменту її отримання [4].

Дослідження демонструють феномен часового дисконтування (temporal discounting), тобто, тенденцію занижувати суб'єктивну корисність винагороди, якщо її отримання відкладено у часі [2]. В цілому люди схильні переоцінювати величину винагороди, якщо ймовірність її отримання в недалеко-

му майбутньому є високою, тобто, краще отримати винагороду «тут і зараз».

Вищенаведені теоретичні постулати нейроекономіки описують механізми прийняття рішень на рівні індивідів. Будучи членом суспільства, людина відчуває тиск з його боку через культуру, сімейні традиції, рекламу тощо. Поведінка людини в групі (колективі, суспільстві) ефективно регулюється моральними категоріями, що знаходяться в прямій залежності від загальноприйнятих соціальних норм поведінки. Вплив інших людей на поведінку індивідуума прийнято називати соціальним впливом, а загальноприйняті нормативні патерни поведінки — соціальними нормами [2].

Нейроекономіка на відміну від традиційної теорії раціональності активно вивчає вплив моралі на прийняття рішень з використанням експериментальних моделей — моральних дилем (moral dilemma).

Зокрема, доведено існування двох конкуруючих систем нормативного («не убий») і утилітарного підходу («вибирай те, що є вигідним») до моралі, які забезпечуються роботою різних частин мозку [1; 2]. Нормативна система, успадкована від наших предків, відповідає за дотримання морально-соціально-економічно значимих мимовільних табу, що є основою суспільних законів. Утилітарна система, можливо, виникла пізніше в процесі еволюції і пов'язана з появою еволюційно нових структур мозку, які відповідають за такі когнітивні функції, як абстрактне мислення і когнітивний контроль вищого порядку (high-order cognitive control) [1; 2].

Ще одним прикладним застосуванням нейроекономіки за визначенням дослідників [4; 5] є нейроменеджмент як управління на основі знань про структуру і функції головного мозку і їх зв'язок із психічними процесами і поведінкою людини, інтелектуальні й емоційні механізми прийняття рішень, спрямованих на підвищення ефективності і результативності функціонування організації.

В нейроекономіці також застосовуються порівняльні еволюційні підходи, які вивчають механізми прийняття рішень людьми і тваринами. В рамках цих підходів економічна активність людей при максимальному спрощенні розглядається як форма поведінки тварини, спрямованої на добування корму, а вивчення деяких закономірностей економічної активності людини здійснюється через призму еволюційної адаптації людського виду.

Висновки

Отже, дослідженнями нейроекономіки встановлено, що прийняття рішень відбувається на рівні спеціалізованих нейронних мереж. При цьому нейроекономічний підхід є відносно механістичним: нейронні мережі здатні регулювати оцінку всіх «за» і «проти» при виборі тієї чи іншої поведінки. Відповідно до даного підходу, нейрон, або нейронна мережа, яка приймає рішення, акумулює інформацію про можливі поведінкові альтернативи і робить вибір на користь найбільш оптимальної.

Загалом, зазначимо, що дослідження в галузі нейроекономіки дозволили впритул наблизитися до розуміння біологічних основ процесу прийняття рішень. Результати досліджень склали основу нового бачення процесу прийняття управлінських рішень, зокрема, в менеджменті і маркетингу, і дозволяють з успіхом здійснювати моделювання поведінки людей.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Glimcher, Paul W. Neuroeconomics: Decision making and the brain / Paul W. Glimcher, PhD, Colin F. Camerer, PhD, Ernst Fehr, PhD, and Russell A. Poldrack, PhD. — Auflage: Academic Press, 2008. — 512 p.
2. Ключарев В.А. Нейроэкономика: нейробиология принятия решений / В.А. Ключарев, А. Шмидс, А. Н. Шестакова // Экспериментальная психология. — 2011. — Т.4, № 2. — С. 14-35.
3. Громовик Б.П. Разработка понятийной сущности нейроэкономики с точки зрения фармации / Б.П. Громовик, Л.М. Унгурия // Научные ведомости БелГУ. — 2014. — № 24 (195). — С. 167-172.
4. Kalenscher T. Is a bird in the hand worth two in the future? The neuroeconomics of intertemporal decision-making / Tobias Kalenscher, Cyriel M.A. Pennartz / Progress in Neurobiology. — 2008. — № 84. — P. 284–315.
5. Джейкобс Ч. Нейроменеджмент. Почему кнут и пряник больше не работают / Чарльз Джейкобс. — М.: Companion Group, 2011 — 208с.

Лілія Миколаївна Благодир — кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту і моделювання в економіці, факультет менеджменту, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: blagodyr_lilija@myrambler.ru

Lilija M. Blagodyr — Cand. Sc. (Ec.), Assistant Professor of Department of Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: blagodyr_lilija@myrambler.ru

ЕТАПИ ТА ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ МАРКЕТИНГУ В УКРАЇНІ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Проведено ретроспективний огляд еволюційного шляху розвитку маркетингу в Україні. Наведені основні проблеми розвитку та становлення маркетингу. Розглянуті нові основні напрямки розвитку маркетингу в Україні.

Ключові слова: маркетинг, ефективність, зелений маркетинг, нейромаркетинг, краудмаркетинг, муніципальний маркетинг.

Abstract

This article offers a retrospective review of the evolutionary way of marketing development in Ukraine. The basic problems of development and establishment of marketing have been described. The main approaches of new marketing development in Ukraine have been considered.

Keywords: marketing, efficiency, green marketing, neuromarketing, kraudmarketing, municipal marketing.

Вступ

Однією з найбільш актуальних проблем сучасного розвитку маркетингу в Україні є нерозуміння ролі маркетингу у виробничій діяльності компанії. Проблема полягає в тому, що керівники більшості компаній в основному сприймають маркетингову службу як рекламний відділ та джерело постійних витрат, а не як повноцінний інструмент для досягнення конкурентних переваг на ринку та отримання прибутку. Щоб зрозуміти причини такого сприйняття розглянемо етапи становлення та розвитку маркетингу в Україні.

Результати дослідження

Процес становлення й розвитку маркетингу в Україні І. Решетнікова умовно розбиває на три періоди [1]:

- ✓ домаркетинговий;
- ✓ період активного зародження маркетингу;
- ✓ період становлення професійного маркетингу.

Перший період (домаркетинговий) охоплює час функціонування українських підприємств до 1991 року та характеризується слабким розвитком процесів обміну. Для нього притаманні наступні риси:

- ✓ відсутність вільної конкуренції;
- ✓ планове виробництво;
- ✓ директивний розподіл виробленої продукції;
- ✓ відсутність досліджень ринку та потреб споживачів;
- ✓ низька якість виготовленої продукції;
- ✓ відсутність відділу маркетингу на підприємствах.

Першим виданням на теренах Радянського Союзу, де згадується маркетинг, хоча в дещо завуальованому вигляді, була монографія Смелякова М.М. "Ділова Америка. (Записки інженера)", яка була видана у 1967 році. Автор описував свої спостереження за роботою американських фірм під час перебування в США та дивувався увагою американців до деталей [2]. Ця поїздка мала великий вплив на світогляд Смелякова М.М. відносно методів провадження бізнесу, в тому числі маркетингу та реклами. Смеляков М.М., будучи зам. міністра Зовнішньої торгівлі СРСР з 1959 по 1986 роки, відповідав за збір інформації про закордонні ринки та доручав своїм співробітникам шукати інформацію про маркетинг у іноземних публікаціях і перекладати її на російську мову з подальшою публікацією у "Бюлетені закордонної комерційної інформації". У 1974 році при його сприянні та під загальною редакцією професора Костюхіної Д.І. було видано збірку статей по маркетингу з американських та британських джерел під загальною назвою "Маркетинг". Унікальність цієї збірки

полягала в тому, що це була перша книга яка була видана в СРСР і містила в назві слово "маркетинг" та, також вперше, був включений словник маркетингових термінів з їх тлумаченням [3]: Ці дві публікації надали потрібний поштовх для розвитку маркетингу на теренах СРСР. Остаточний вхід маркетингу в економіку СРСР ознаменувався публікацією першого іноземного підручника по маркетингу Філіпа Котлера "Управління маркетингом", яке було видане у 1980 році, хоча з суттєвим скороченням обсягу [4]:

Другий період розвитку маркетингу в Україні тривав з 1991 року до 2000 року. Для нього притаманні наступні риси:

- ✓ активний процес приватизації;
- ✓ наявність іноземних інвестицій;
- ✓ створення спільних підприємств;
- ✓ становлення ринкових відносин;
- ✓ збільшення частки іноземних товарів;
- ✓ неконкурентоздатність вітчизняних товарів;
- ✓ створення відділів маркетингу на підприємствах;
- ✓ становлення маркетингових досліджень як необхідного напрямку в діяльності підприємств;
- ✓ розпочато підготовку спеціалістів з маркетингу у ВНЗ;
- ✓ відбуваються захисти перших дисертацій, які присвячені проблемам маркетингу.

Знаковою подією у розвитку маркетингу в Україні стало створення у 1997 році Української Асоціації Маркетингу (УАМ). Місією якої є:

- ✓ формування цивілізованого бізнес-середовища;
- ✓ просування та розвиток маркетингу як фактору, що визначає економічний розвиток та добробут України;
- ✓ підтримка малого та середнього бізнесу;
- ✓ сприяння формуванню комплексного механізму взаємодії між навчальними закладами, органами державної влади та бізнесом у сфері освіти для маркетингологів.

Третій період розпочався з початком ХХІ століття і триває по сьогоднішній день. Для нього притаманні наступні позитивні риси:

- ✓ підвищення цікавості до маркетингу як провідної функції менеджменту з професійної точки зору;
- ✓ підвищення значення маркетингових досліджень в діяльності підприємств;
- ✓ приділяється більше уваги стратегічному маркетинговому плануванню;
- ✓ трансформування наукових розробок у практичну площину;
- ✓ створення PR-служб в державних установах.

В той же час є і негативні тенденції розвитку маркетингу в Україні:

- ✓ нерозуміння більшістю керівників цілей та завдань маркетингової служби та її місця в корпоративному управлінні;
- ✓ притаманність керівникам компаній ефекту Даннінга-Крюгера;
- ✓ слабе інтегрування маркетингової служби в організаційну структуру компанії;
- ✓ визнання витрат на маркетинг як непершочергових;
- ✓ формування маркетингового бюджету за залишковим принципом;
- ✓ постійне зростання невдоволення керівників компанії діяльністю маркетингових служб, що спровоковане неможливістю оцінки ефективності їх діяльності.

Майбутній розвиток маркетингу в Україні буде пов'язаний з наступними напрямками:

- ✓ соціальний маркетинг;
- ✓ зелений маркетинг;
- ✓ нейромаркетинг;
- ✓ краудмаркетинг;
- ✓ інтернет-маркетинг;
- ✓ муніципальний (регіональний) маркетинг.

Соціальний маркетинг полягає в розробці, реалізації та контролі соціальних програм, направлених на підвищення рівня сприйняття певних прошарків суспільства деяких соціальних ідей, рухів або практичних дій. Використання соціального маркетингу в основному притаманно державним та суспільним організаціям. Головною А.Я., на підставі аналізу наукової праці Г. Армстронга та Ф. Котлера Marketing: An Introduction, виділяє такі основні положення соціального маркетингу:

- ✓ використання інструментів маркетингу для покращення життя як окремих людей, так і суспільства в цілому;
- ✓ одночасне просування як компанії, так і соціальних цінностей;
- ✓ розробка, реалізація та контроль за виконанням соціальних програм [5].

Зелений маркетинг бере свій початок з соціального маркетингу та застосовується для підвищення лояльності споживачів, пізнаваності бренду та обсягу продажу за рахунок випуску екологічно чистої продукції чи використання екологічних технологій виробництва.

Нейромаркетинг базується на дослідженні споживчої поведінки людини та використовує для цього досягнення нейрофізіології, когнітивної психології та маркетингу. Таким чином, можна зазначити, що нейромаркетинг - це новітній комплекс нейроприймів, нейрометодів та нейротехнологій, який допомагає встановлювати комунікаційний зв'язок між компанією та споживчою аудиторією на рівні підсвідомості та активізувати купівлю товарів та послуг [6].

Вудвуд В.В. та Білоус А.Я. виділяють три основні підходи впливу нейромаркетингу на підсвідомість споживачів:

- ✓ аромамаркетинг - вплив за допомогою аромату;
- ✓ мерчандайзинг - вплив за допомогою кольору, зображень, розміщення;
- ✓ аудіомаркетинг - вплив за допомогою звуку [6].

Краудмаркетинг ґрунтується на краудтехнології, яка відкриває перед компанією нові можливості в залученні широкого кола осіб до вирішення поставлених перед компанією задач. Отже, краудмаркетинг - це процес маркетингового управління на основі закономірностей функціонування натовпу, який направлений на отримання ефекту від взаємодії учасників натовпу для досягнення маркетингових цілей компанії з використанням принципів оптимального управління. За допомогою використання краудтехнології можна агрегувати інформацію, досвід, думки, прогнози, смаки та оцінки, і на їх основі продукувати нові ідеї та приймати маркетингові рішення [7]. Використовуючи краудмаркетинг компанії залучають споживачів до розробки товарів, упаковки, організації торгівельних майданчиків та інших маркетингових елементів.

Прискорення маркетингових процесів обумовлене зростанням кількості інформації в сучасному світі у геометричній прогресії. Білл Гейтс в даному контексті зазначив, що стрімкий розвиток "електронної нервової системи", а саме Інтернету, призведе до того, що у ХХІ столітті швидкість бізнесу зрівняється зі швидкістю думки [8]. Таким чином застосування Інтернет-маркетингу є не тільки необхідним, а життєвонеобхідним для компанії. Інтернет-маркетингу притаманні наступні риси:

- ✓ доступність;
- ✓ відсутність географічних та часових меж;
- ✓ низька вартість одного контакту;
- ✓ психологічний комфорт споживача;
- ✓ висока швидкість обміну інформацією.

Муніципальний маркетинг - це елемент системи ринкових відносин, спроектований не на мікрорівень (рівень підприємств і фірм), а на мезорівень (муніципальні утворення). Тому муніципальний маркетинг не припускає вивчення ринку, попиту, цін на продукцію якого-небудь окремого підприємства, а йдеться вже про вивчення ринку, попиту, цін на сукупну продукцію муніципальної структури, реалізацію всього його потенціалу як з погляду внутрішніх, так і зовнішніх (за межами його території) потреб [9].

Висновки

Підсумовуючи все вище зазначене, можна зробити висновок, що одними з найголовніших проблем маркетингового розвитку в Україні є:

- ✓ сприйняття більшістю керівниками маркетингу як засобу реклами, а не стратегічного планування;
- ✓ відсутність методики оцінки ефективності маркетингової діяльності.

Таким чином, перед спільнотою маркетингологів постає завдання не тільки освоїти та адаптувати до українських реалій нові маркетингові інструменти, але й розробити загальноприйнятні методики оцінки ефективності маркетингової діяльності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Решетнікова І. Етапи становлення та розвитку маркетингу в Україні / І. Решетнікова / Маркетинг в Україні. - 2006. - №5. - С.36-37
2. Смеляков Н.Н. Деловая Америка. (Записки инженера) / Н.Н. Смеляков. - М.: Политиздат, 1967. - 301 с.
3. Маркетинг. Сборник статей: пер. с англ. / общ. ред. и предисл. д-ра экон. наук Д.И. Костюхина. - М.: Прогресс, 1974. - 447 с.
4. Котлер Ф. Управление маркетингом / Ф. Котлер. - М.: Экономика, 1980. - 224 с.
5. Головки А.Я. Соціальний маркетинг: генеза та перспектива розвитку в Україні. / А.Я. Головки // Стратегія розвитку України - 2011. - №3. - С.157-161.
6. Вудвуд В.В. Нейромаркетинг - новітній інструмент впливу на поведінку споживачів у недосконалих умовах ринкової економіки України / В.В. Вудвуд, А.Я. Білоус // Інноваційна економіка. - 2013. - №7. - С.210-212.
7. Зозулев А.В. Краудмаркетинг как современный подход к управлению маркетинговой деятельностью предприятия / А.В. Зозулев, К.А. Полтораки // Маркетинг и реклама. - 2014. - №4. - С.46-52.
8. Гейтс Билл. Бизнес со скоростью мысли / Билл Гейтс; изд. 2-е, исправленное - М.: ЭКСМО-Пресс, 2001. - 480 с.
9. Гришунін О.В. Муниципальный маркетинг в системе управления торговельноу сферой державних структур / Гришунін О.В. // Гуманітарний журнал. - 2009. - №3-4. - С.106-112.

Наталія Володимирівна Рибачук – асистент кафедри менеджменту та моделювання в економіці, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: nrybachuk@ukr.net

Nataliya V. Rybachuk – Assistant lecturer of Department of Management and Modelling in Economics, Vinnytsia national technical university, Vinnytsia, e-mail: nrybachuk@ukr.net

ВАРІАТИВНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ СТРАТЕГІЙ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Виявлено особливості варіативного застосування стратегії зовнішньоекономічної діяльності, обґрунтовано необхідність розробки зовнішньоекономічної стратегії та виділено її існуючі види.

Ключові слова: стратегія, стратегія зовнішньоекономічної діяльності, управління зовнішньоекономічною діяльністю.

Abstract

The features variant of the strategy of foreign economic activity, the necessity of the development of foreign policy and highlighted its existing types.

Keywords: strategy, foreign trade, international management.

Вступ

Для того, щоб досягти поставленої мети підприємствам в сучасних умовах необхідно правильно розробляти стратегічні плани. Для цього необхідно визначитися з напрямом стратегії, з її сутністю, адже більшість науковців під стратегією розуміють не тільки загальний напрям дії, а й послідовність цих дій у часі та просторі. Виходячи з цього виникає об'єктивна необхідність у дослідженні економічної сутності стратегії зовнішньоекономічної діяльності та її особливостей.

Результати дослідження

Питанням дослідження особливостей формування стратегій зовнішньоекономічної діяльності займалися такі іноземні та вітчизняні вчені, як: О.О. Кондратенко [1], Л.Л. Литвиненко [2], І.Ансофф [3], Г. Мінцберг [4], А. Чандлер [5] та багато інших.

Так, І. Ансофф [3] визначає стратегію як набір правил, якими організація керується під час прийняття рішень. Також він наполягає на тому, що стратегія – це системний підхід, який надає організації певну збалансованість та загальний напрямок росту.

Г. Мінцберг розкриває поняття «стратегія» за п'ятьма напрямками:

- плани вищого керівництва з досягнення довгострокових результатів, що відповідають цілям організації;
- лінія поведінки або проходження певної моделі поведінки;
- позиція визначених товарів на конкретних ринках;
- перспектива, тобто основний спосіб дії організації;
- особливий прийом, що вживають з метою перехитрити конкурента [6].

Наведена характеристика поняття «стратегія» є дуже доречною, адже це поняття слід розглядати в різних напрямках.

Згідно з Чандлером [5] «стратегія» - це визначення основних довгострокових цілей підприємства та розміщення ресурсів необхідних для досягнення цілей.

Існує безліч ознак, за якими доцільно класифікувати стратегії. Наприклад:

- за характером поведінки на ринку: активна, пасивна, активно-пасивна стратегії;
- за періодом реалізації: довго-, середньо- та короткострокова стратегії;
- за ступенем глобалізації та охоплення ринку: інтернаціоналізації, диверсифікації та сегментації.
- за функціональною ознакою: маркетингова, ресурсна, досліджень і розробок, фінансова та інвестиційна стратегії.

Кожне підприємство є самостійним, окремим учасником ринку та зовнішньоекономічних відносин, тому потребує індивідуального підходу для визначення тієї чи іншої стратегії, що залежатиме від його зовнішнього та внутрішнього середовища.

Стратегія зовнішньоекономічної діяльності повинна бути пов'язана з конкурентною, ресурсною, товарною та іншими структурами підприємства. Тому, їй повинні бути притаманні деякі особливості:

- 1) спрямованість на зовнішнє та внутрішнє середовище;
- 2) комплексність;
- 3) необхідність врахування обмеженого розмаїття можливих ситуацій і факторів, що безпосередньо впливають на стратегію зовнішньоекономічної діяльності;
- 4) необхідність врахування пріоритетності зовнішньоекономічної діяльності серед інших видів економічної діяльності підприємства;
- 5) взаємозв'язок між ієрархічністю та гетерархічністю стратегії.

Дотримання цих особливостей забезпечить формування ефективної стратегії зовнішньоекономічної діяльності, що стане запорукою результативної діяльності на ринку.

Щодо конкретних видів стратегії, то з точки зору маркетингу стратегія зовнішньоекономічної діяльності належить до стратегії інтернаціоналізації, яка являє собою освоєння нових ринків не лише за допомогою експорту товарів, а й капіталу. Стратегія інтернаціоналізації може бути реалізована шляхом експорту, спільного підприємництва та прямого інвестування.

За Дж. Леонтіадісом існує така класифікація стратегій інтернаціоналізації [7]:

- скімінг;
- демпінг;
- експлорація;
- пенетрація.

Ці стратегії відрізняються цілями, величиною необхідних організаційних витрат та інвестицій, а також інструментами, що використовуються.

Скімінг характеризується входженням на окремі сегменти іноземних ринків при низьких витратах, значних організаційних зусиллях і помірному ризику. Якість та асортимент товарів залишаються такими ж, як і на вітчизняному ринку. Інструментами реалізації цієї стратегії є непрямий експорт та ліцензування (рис.1).

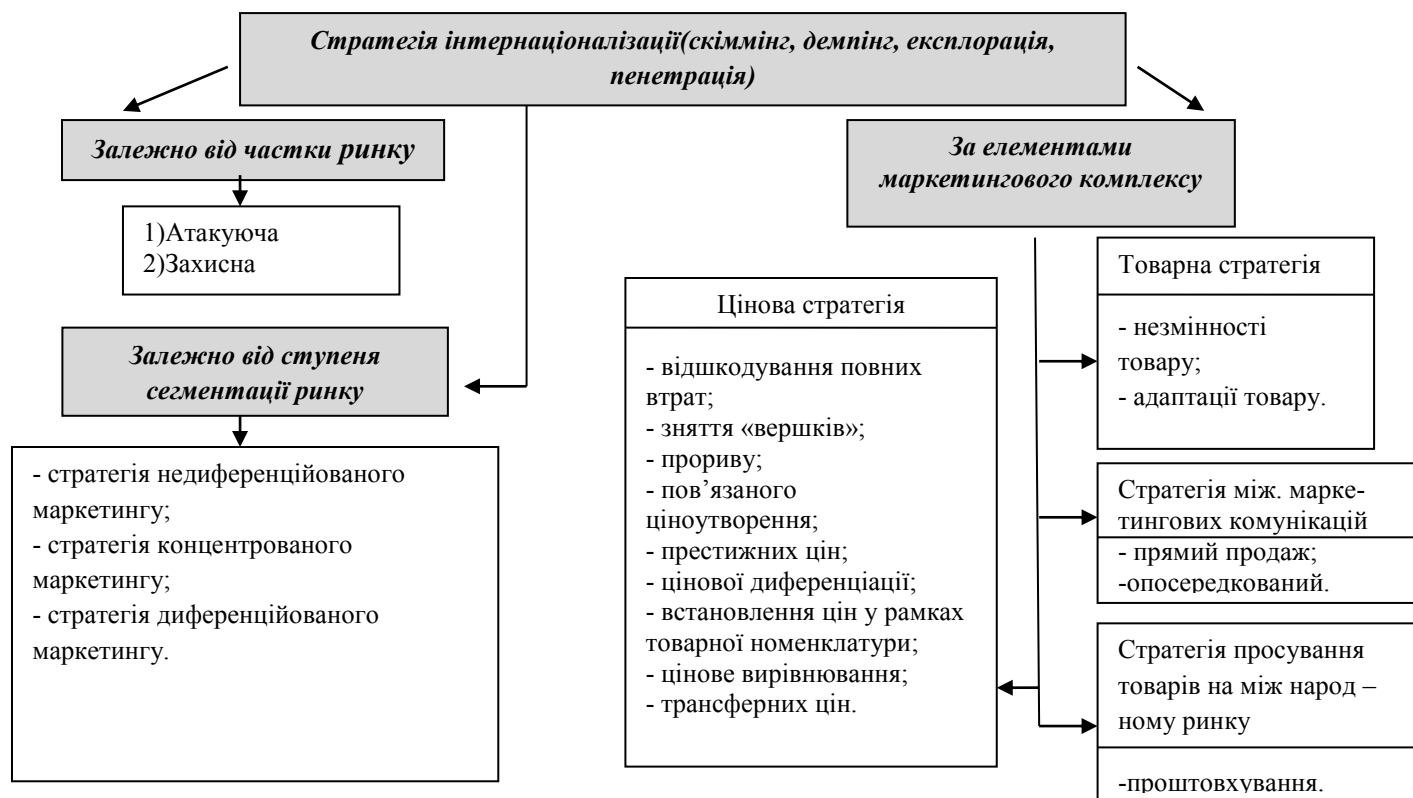


Рис. 1. Сукупність стратегій на основі яких реалізовується стратегія зовнішньоекономічної діяльності

Демпінг передбачає мінімальні інвестиційні та організаційні витрати. Ризик також є мінімальним. Продаж товарів за низькими цінами дає змогу збільшити обіг товарів та суму грошових коштів від продажу товарів чи послуг. Інструментами такої стратегії є непрямий експорт через агентів та дистриб'юторів.

Якщо підприємство використовує стратегію експлорації, то це означає, що воно передусім зацікавлене в отриманні інформації про іноземні ринки з метою оцінки можливостей здійснення прямих інвестицій за кордон. Підприємство проводить аналіз поведінки покупців, влади та постачальників. При цьому використовують такі інструменти, як створення дочірніх підприємств, ліцензування діяльності та експорт.

Стратегія пенетрації вимагає від підприємства за діяння максимальних фінансових та організаційних ресурсів за кордоном, а її метою є максимізація питомої ваги на ринку на довгострокову перспективу. Рівень ризику є достатньо високим, а головним інструментом виступають прямі інвестиції.

Оскільки стратегія інтернаціоналізації є глобальною, то на її основі прийнято розробляти базові стратегії, які конкретизують заходи для досягнення цілей підприємства у сфері зовнішньоекономічної діяльності. Базовими стратегіями є ті, які пов'язані з часткою ринку, що підприємство бажає займати на іноземному ринку, визначенням кола цільових споживачів та розробкою комплексу маркетингу для досягнення поставлених цілей.

Висновки

Таким чином, проведені дослідження дозволили уточнити визначення поняття «стратегія» та визначити основні чинники впливу на її формування для подальшого успішного функціонування. Також у ході дослідження було встановлено, що найефективнішою стратегією є стратегія інтернаціоналізації. Ця стратегія включає в себе цілий ряд заходів, які спрямовані на освоєння та належне позиціонування на закордонному ринку. Саме тому, обираючи її, можна згодом обрати базову стратегію на її основі в залежності від поставлених цілей підприємства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Фоміченко І.П. Формування стратегії розвитку великого промислового підприємства [Електронний ресурс] / І.П. Фоміченко, О.О. Кондратенко. – Режим доступу: <http://www.nbu.gov.ua>
2. Литвиненко Л.Л. Розробка стратегії розвитку та маркетингової програми підприємства [Електронний ресурс] / Л.Л. Литвиненко, А.М. Будьонна, А.І. Ляшко // Проблеми системного підходу в економіці. Електронне наукове фахове видання. – 2011. - № 2. – Режим доступу: <http://www.nbv.gov.ua>
3. Ансофф І. Стратегическое управление [Текст]: пер. с англ. / И. Ансофф. – М.: Экономика, 2005.
4. Минцберг Г. Школы стратегий: стратегическое сафари: экскурсия по дебрям стратегий менеджмента [Текст] / Г. Минцберг, Б. Альстрэнд, Д. Лэмпел. – Питер, 2002.
5. Чандлер А. Стратегія і структура [Електронний ресурс] / А. Чандлер. – Режим доступу: <http://bo0k.net>
6. Минцберг Г. Зліт та падіння стратегічного планування [Текст] / Г. Минцберг. – К.: Вид-во Олексія Капусти. – 2008.
7. Коломієць І.Ф. Стратегія інтернаціоналізації в умовах глобалізації [Електронний ресурс] / І.Ф. Коломієць. – Режим доступу: <http://www.nbu.gov.ua>

Інна Володимирівна Зозуля – студентка групи МОЗ-14 мс, факультет менеджменту, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: inna_zozulia@mail.ru.

Науковий керівник: **Наталія Петрівна Карачина** – д-р ек. наук, професор, завідувач кафедри менеджменту та моделювання в економіці, Вінницький національний технічний університет, Вінниця.

Inna Zozulya V. – Department of Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnitsia, e-mail: inna_zozulia@mail.ru.

Supervisor: **Karachyna Natalija P.** – Dr. Sc. (Economic), Professor, Head of Chair of Management and Simulation in Economics, Vinnytsia National Technical University, Vinnitsia.

ТЕОРЕТИКО-ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Розглянуто організаційний аспект управління маркетингом на підприємстві. Визначено головні відмінності в цілях і завданнях відділів маркетингу та збуту, а також розподіл функцій маркетингу між іншими підрозділами підприємства.

Ключові слова: управління маркетингом, маркетингове дослідження, відділ збуту.

Abstract

The article is connect with organizational aspects of marketing management at the enterprise. Also he identifies the key differences between marketing department and sales department and the features of distribution marketing functions between other departments.

Keywords: marketing management, marketing research, sales department.

Вступ

Для освоєння товарних ринків підприємства використовують різні концепції, підходи, серед яких особливе місце посідає маркетинг як вид управлінської діяльності. У зв'язку із підвищеним науковим та практичним інтересом до маркетингової діяльності відбувається конструктивний розвиток теоретичних, методичних та прикладних аспектів її здійснення. Маркетингова політика підприємства на ринку виступає дієвим інструментом забезпечення його конкурентоспроможності та розвитку.

Результати дослідження

У вітчизняній та зарубіжній літературі питанням маркетингового дослідження ринку, зокрема маркетингової діяльності на підприємстві, присвячена значна кількість наукових праць, серед яких роботи таких відомих вчених, як Ф. Котлера, Н. Малхотра, Ж. Ж. Ламбена, Є. Голубкова, А. Старостіної, С. Гаркавенко. Відповідно у цій статті фундаментом та теоретичною базою власних розробок авторів послужили публікації вітчизняних науковців С.С. Гаркавенко [1], А. О. Старостіної, С. Й. Вовканича [3]; праця наукового колективу у складі Є.В. Крикавського, Н.С. Косар, О.Б. Мних, О.А. Сороки "Маркетингові дослідження" [3]; а також рекомендації Української асоціації маркетингу.

Українська асоціація маркетингу розробила стандарти якості маркетингових досліджень, чинні від 22 лютого 2002 року [4]. Позитивним у цьому документі, як ми вважаємо, є те, що, по-перше, ці стандарти відповідають міжнародним стандартам якості EMROS Version 9, 1999; по-друге, вони розроблені вперше із урахуванням інтересів національних товаровиробників та містять повний перелік етапів проведення маркетингових досліджень, в основу яких покладено європейський та світовий досвід з урахуванням умов специфіки України.

Маркетинг є одним з найважливіших різновидів економічної і суспільної діяльності.

Мета маркетингу – підвищення якості товарів і послуг, поліпшення умов їхнього придбання, що у свою чергу приведе до підвищення рівня життя в країні та підвищення якості життя.

Маркетинг є видом діяльності, покликаним задовольняти потреби й запити людей шляхом обміну і охоплює широкий спектр відносин між виробниками, споживачами й посередниками. Однак на практиці домінує особистий інтерес і жорстка конкуренція, які нівелюють функцію служіння суспільству, а підсилюють функцію збагачення будь-якими методами [2].

Якісні параметри відображають глибину процесу, домінуючу ідеологію в досягненні успіху, сутнісну трансформацію форми відповідно до розширення свідомості у доволі тривалому часовому інтервалі. Результатом якісних параметрів та змін завжди є розвиток. Наслідком використання елементів організаційної культури в маркетинговій концепції є поява нових видів маркетингу.

Порівнюючи збутову діяльність на підприємстві з маркетинговою, Давидович І.Є. зазначає, що мета відділу збуту полягає в організації управління процесом реалізації, тоді як відділ маркетингу має на меті організацію управління динамікою взаємодії виробників і споживачів [5]. Принципова відмінність завдань цих відділів наведена в табл. 1.

Таблиця 1. – Завдання відділів збуту і маркетингу на підприємстві

Завдання	Відділ збуту	Відділ маркетингу
У сфері маркетингових досліджень:		
- дослідження ринку;	ні	так
- дослідження товару;	ні	так
- дослідження споживача;	ні	так
- дослідження ринку реклами;	ні	так
- дослідження у галузі науки.	ні	так
У сфері управління маркетингом:		
- обслуговування споживача;	частково	так
- вибір виробничої політики, стратегії і тактики;	ні	так
- прогнозування та довгострокове планування виробництва;	ні	так
- організація рекламної діяльності;	частково	так
- пропозиція нових видів продукції;	ні	так
- участь в ціноутворенні;	ні	так
- організація розподілу та просування товарів;	так	так
- організація виставок та ярмарок;	слабо	так
- організація технологічної та збутової діяльності;	так	так
- розробка плану-програми з маркетингу.	ні	так

Головне завдання маркетингового підрозділу – розробляти і реалізовувати коротко-, середньо- та довгострокову стратегію маркетингу й орієнтувати всі підрозділи компанії на її виконання. Вироблена стратегія конкретизується у вигляді маркетингового плану, в якому містяться відповіді на запитання про те, хто, що і як має робити.

Миронюк А. зауважує, що на сучасних підприємствах відділ маркетингу тісно співпрацює з іншими підрозділами компанії, а саме [6]:

- фінансовий відділ – цінова політика і планування витрат на маркетинг;
- виробництво – виконання плану виробництва, контроль за асортиментом і якістю продукції;
- бухгалтерія – дані про рух, реалізацію та залишки готової продукції;
- транспортний відділ – виконання плану відвантаження продукції, дотримання встановлених нормативів залишків готової продукції на складах компанії, оптимізація маршрутів доставки продукції, якість перевезень;
- відділ постачання – дотримання встановлених термінів постачання сировини і матеріалів на виробництво, якість сировини і напівфабрикатів;
- збутові підрозділи – виконання регіонального плану продажів і плану прямої дистрибуції, щоденні розгорнуті звіти про обсяги та структуру продажів, щотижневі та щомісячні звіти регіональних менеджерів і торгових агентів;
- рекламне агентство, що входить до складу компанії як самостійний господарюючий підрозділ, – планування й оцінка ефективності реклами.

Висновки

На ефективність роботи маркетингового відділу в межах підприємства особливо впливають певні тенденції в розвитку сучасного ринку: зростаюче значення якості, ціни і задоволення споживачів; об'єктивна необхідність побудови ефективних взаємин із споживачами; ускладнення управління процесами бізнесу та інтеграції управлінських функцій; зростаюче значення глобального

мислення і планування регіональних ринків; подальший розвиток стратегічних альянсів і мереж, галузей з високими технологіями, а також маркетингу послуг; зростання значущості прямого та онлайн-маркетингу; зростаюче значення етичності маркетингової поведінки. Необхідно постійно шукати оптимальне співвідношення між стратегією підприємства, навколишнім середовищем і організацією маркетингу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Гаркавенко С. С. Маркетинг: підруч. для студ. вищ. навч. закл. / С.С. Гаркавенко. – К.: Лібра, 2004. – 708 с.
2. Вовканич С. Й. Теоретико-методологічні основи дослідження людського та інтелектуального капіталу в знаннєвомісткій економіці: концептуалізація понять /С. Й. Вовканич, Л. К.Семів // Регіональна економіка. – 2007. – №4. – С. 7–17.
3. Маркетингові дослідження: навч. посібник для студ. вищ. навч. закл. / Є.В. Крикавський, Н.С. Косар, О.Б. Мних, О.А. Сорока. – Львів: Національний університет “Львівська політехніка”, “Інтелект-Захід”, 2004. – 288 с.
4. Стандарти якості маркетингових досліджень // Маркетинговые исследования в Украине. – 2004. – № 2 (3). – С. 86–95.
5. Давидович І.Є. Контролінг: навч. посіб./ І.Є. Давидович. – К.: Центр учбової літератури, 2008. — 552 с.
6. Миронюк А. Стратегія продажу [Електронний ресурс] / А. Миронюк. – Режим доступу: <http://www.bsc.lviv.ua>.

Юлія Сергіївна Крупчатнікова – студентка групи МОЗ-14 мс, факультет менеджменту, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: yulia60795@gmail.com

Науковий керівник: **Наталія Петрівна Карачина** – д-р ек. наук, професор, завідувач кафедри менеджменту та моделювання в економіці, Вінницький національний технічний університет, Вінниця.

Yulia Krupchatnikova S. – Department of Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnitsia, e-mail: yulia60795@gmail.com.

Supervisor: **Karachyna Natalija P.** – Dr. Sc. (Economic), Professor, Head of Chair of Management and Simulation in Economics, Vinnytsia National Technical University, Vinnitsia.

КРИТЕРІЇ ОПТИМІЗАЦІЇ ОРГАНІЗАЦІЙНИХ СТРУКТУР ПІДПРИЄМСТВА

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Розглянуто проблеми організаційного та методичного забезпечення управління структурами підприємств. Сформульовано принципи та послідовність розбудови організаційної структури, запропонований алгоритм формування ефективної організаційної структури шляхом коригування вже існуючої системи, розкритий зміст його основних етапів.

Ключові слова: стратегія, оцінювання, оптимальність, організаційна структура управління.

Abstract

The problems of organizational and methodological support management structure of the company. The principles and sequence of building the organizational structure, the algorithm of formation of effective organizational structure by adjusting the existing system, disclosed the contents of its main stages.

Keywords: strategy, evaluation, optimality, organizational management structure.

Вступ

Сучасні тенденції економічного розвитку, глобалізація ринків, встановлення нових стандартів якості виробництва та продукції потребує якісних змін у підходах до організації бізнесу. З огляду на стабілізацію ринкових позицій, зменшення більшості видів ризиків, спрацьовування ефекту масштабу та закону досвіду свою ефективність доводять об'єднання підприємств у горизонтально та вертикально інтегровані структури. Управління структурами зазначених типів вимагає відповідного організаційно – методичного забезпечення та його оптимізації.

Результати дослідження

Вагомий внесок у розробку проблеми розвитку організаційних структур управління внесли зарубіжні вчені Жан-Жак Ламбен, П. Друкер, А. Гарднер, М. Вебер, А. Чандлер, Д. Гібсон, Т. Коно, А. Минтцберг, Т. Питер, Р. Уотермен, Р. Холл, А. Хоскінс. та інші. Вони досліджували взаємодію процесів планування і проектування організаційних структур управління, розвиток бюрократичних і органічних структур. Ними систематизовано чинники, що визначають ступінь централізації і децентралізації управління в організації; вирішені інші наукові завдання, пов'язані з організаційними структурами управління.

В працях українських та російських вчених Г. Гребнека, Л. Базилевича, Л. Бондарчука, О. Кравця, В. Франчука, Л. Шваба розглядаються питання використання сучасних видів організаційних структур управління на українських підприємствах, взаємодії стратегій розвитку та організаційних структур, характерних помилок при проектуванні організаційних структур.

Останнім часом набувають актуальності питання застосування процесного підходу до формування систем управління підприємствами, в зв'язку з цим російські дослідники проявляють інтерес до управлінської сфери.

Однак, незважаючи на безліч наукових публікацій з питань організаційних структур управління підприємствами, проблема їх оптимізації по мірі зміни внутрішнього і зовнішнього середовища залишається маловивченою, що вплинуло на вибір теми дослідження.

Організаційна структура управління – одне із ключових понять менеджменту, тісно пов'язане із цілями, функціями, процесом управління, роботою менеджерів і розподілом між ними повноважень. У рамках цієї структури протікає весь управлінський процес (рух потоків інформації й прийняття управлінських рішень), у якому беруть участь менеджери всіх рівнів, категорій й професійної спеціалізації. Структура організації є логічним співвідношенням функціональних зон та рівнів управління, що використовуються для досягнення цілей організації [1].

У довіднику менеджера, як зазначають вітчизняні вчені, під організаційною структурою управління розуміється впорядкована сукупність стійко взаємозалежних елементів, які забезпечують функціонування й розвиток організації як єдиного цілого [2].

Так, відомий європейський спеціаліст Жан-Жак Ламбен зазначає, що організаційна структура управління визначається також як форма розподілу й кооперації управлінської діяльності, у рамках якої здійснюється процес управління за відповідними функціями, спрямованими на рішення поставлених завдань і досягнення намічених цілей [3].

На думку Л. І. Шваб, організаційна структура управління підприємством – форма системного управління, яка визначає склад, взаємодію та підпорядкованість її елементів із використанням лінійних, функціональних і міжфункціональних зв'язків у процесі спілкування [4].

Під структурою управління Л. І. Шваб має на увазі впорядковану сукупність стійко взаємозалежних елементів, що забезпечують функціонування й розвиток організації як єдиного цілого [4]. Також вона визначається як форма поділу й кооперації управлінської діяльності, у рамках якої здійснюється процес управління по відповідним функціях, спрямованих на вирішення поставлених задач і досягнення намічених цілей. Із цих позицій структура управління представляється у вигляді оптимального розподілу функціональних обов'язків, прав і відповідальності, порядку й форм взаємодії між входними до її складу органами управління й працюючими в них людьми.

На всіх рівнях управління приділяють величезну увагу принципам і методам формування структур, вибору типу або комбінації видів структур [5].

Багатосторонність змісту структур керування передбачає безліч принципів їх формування.

Основні принципи побудови організаційних структур системи управління базуються на понятті елементів і зв'язків між ними. Побудова будь-якої організаційної структури управління базується на принципах, які сформулював М. Вебер, застосування яких дає змогу уникнути великої кількості помилок [6]. Головні із цих принципів сформульовані в наступний спосіб (таблиця 1).

Таблиця 1 - Характеристика принципів проектування організаційної структури управління

Принцип	Характеристика принципу
1. Відповідність організаційної структури цілям управлінської діяльності, а не навпаки	Це основний принцип. Його дотримання допомагає значно скоротити витрати на управління
2. Оптимізація поділу праці	Мається на увазі створення повністю завантажених робочих місць, усунення протилежних функцій і т. д. Дотримання принципу дає змогу забезпечити нормальне завантаження кожного працівника, зберегти творчий характер роботи. Недотримання принципу може призвести до збільшення витрат на утримання організаційної структури за всіма статтями
3. Формування організаційної структури управління повинно супроводжуватися розробкою прав і обов'язків кожного працівника та підрозділу	При недотриманні цього принципу може виникнути дублювання функцій, втрата частини функцій і подовження циклу прийняття управлінського рішення
4. Дотримання відповідності повноважень обов'язкам	Невиконання цього принципу завдає економічної і моральної шкоди організаційній структурі управління
5. Відповідність організаційної структури управління зовнішньому середовищу	Невиконання цього принципу приводить до росту витрат часу на доведення управлінських рішень, витрат від завищення витрат на таке доведення

Застосування названих принципів у комплексі допомагає оптимізувати кількість рівнів управління і зв'язків між ними. Завищення обсягу рівнів і зв'язків – це зайві витрати на виконання необхідних функцій управління і ріст некерованості організаційної системи. Прискорення росту витрат на реалізацію організаційних зв'язків і кількості рівнів управління побічно свідчить про недотримання цих принципів. Тому перевірка дотримання перелічених принципів рекомендується як один із

найважливіших напрямів управлінського аналізу існуючих організаційних структур управління земельними ресурсами.

Після проведення ряду досліджень, вітчизняні вчені визначили, що проектна організаційна структура управління підприємством повинна відповідати ряду вимог, які характеризують раціональну структуру [6]:

- мінімальний розмір структурних підрозділів - досягається мінімізацією кількості робочих місць у цілому, скороченням чисельності з перерозподілом функцій і зменшенням числа рівнів управління;
- мінімальна кількість рівнів управління досягається аналогічно попередній вимозі. Їх скорочення ефективне тільки при дотриманні комплексного делегування повноважень і відповідальності;
- групова організація праці. Там, де це технологічно можливо, рекомендується віддавати перевагу груповим формам організації праці;
- орієнтація поточної роботи на зовнішнє середовище. Тим самим ефективність роботи окремих блоків системи управління оцінюється через виходи системи в зовнішнє середовище за сукупними критеріями її ефективності (величина корисного ефекту, зниження витрат і т. д.);
- швидка реакція на зміни зовнішнього середовища. Вимогу можна реалізувати через розробку стандартів прийняття типових управлінських рішень, створення методичного забезпечення виконання управлінських рішень (специфікацій типових функціональних обов'язків), розробку системи контролю або моніторингу зовнішнього середовища (наприклад, табло управління);
- висока продуктивність праці і низькі прямі витрати. Вимогу можна прийняти як частку, оскільки важлива не окремо взята продуктивність праці кожного робочого місця працівника чи керівника, а сукупна продуктивність організаційної структури управління, яка вимірюється кількістю якісних управлінських рішень;
- висока якість послуг і сталість зв'язку зі споживачем послуг. Реалізація цієї вимоги допомагає скоротити прямі витрати на управління, оскільки підтримувати інформаційний канал легше, ніж створювати його заново.

При створенні структури слід прагнути до максимальної простоти і ясності схем циркуляції потоків. Крім того, необхідно виділяти в структурі оперативні елементи, від яких залежить матеріальне виконання планів підприємства (лінійні підрозділи) і штаби (відділи типу фінансових, транспортно-експедиційних і т.п.). Найважливішою умовою при формуванні структури управління підприємства є автоматизація практично всіх процесів управлінської діяльності (формування відповідних АРМ), передбачаючи при цьому необхідність роботи з комп'ютерами працівників всіх рівнів – від безпосередніх виконавців до дирекції (керівників організацій) [6].

Організаційні структури управління підприємством зазвичай створюються на основі існуючих структур. Світові вчені, а саме Жан-Жак Ламбен, Р. Холл, А. Хоскінс, пропонують алгоритм формування ефективної організаційної структури, при цьому він повинен включати в себе як мінімум чотири етапи [3]:

1. Побудова організаційної структури управління:

- визначення головної мети, підцілей, функцій і завдань по досягненню відповідних підцілей, які визначаються на основі попередньо проведених маркетингових досліджень;
- обґрунтування відповідної функціональної структури управління шляхом побудови адекватних моделей, що забезпечують чіткий, з необхідним ступенем деталізації опис різних процесів управління, умов і факторів, що визначають логіку і взаємини учасників цього процесу;
- утворення структурних підрозділів організаційної структури управління на основі: побудови структурних блоків, орієнтованих на товари, ринок або споживача; об'єднання в структурних блоках цільових груп фахівців відповідних цілеспрямованих команд, що функціонують на мережевому принципі їх взаємодії; необхідності орієнтації на мінімальне число рівнів управління і широку зону контролю; об'єднання подібних функцій всередині структурних блоків під єдиним початком та чіткого відділення загальних груп функцій (і відповідних керівників) від інших згідно функціональної моделі; необхідності наділення працівників відповідальністю і, разом з тим, можливістю для прояву ініціативи;
- визначення сфери компетенції кожного з керуючих працівників, обсягу їхньої влади і відповідальності; крім того, повинні бути передбачені дієві інструменти забезпечення влади (тобто по суті виконання розпоряджень) і ефективні структурні засоби збору і доставки інформації.

2. Оптимізація структури і складу кадрів організаційної структури управління на основі збалансованості робочих місць за трудомісткістю і засобам, необхідним і достатнім для виконання

відповідних функцій, шляхом використання теорії потоків і властивих їй методів (матричний підхід) їх оптимізації.

3. Підбір і раціональна розстановка кадрів структурних підрозділів організаційної структури:

- оцінювання їх професійно-кваліфікаційних можливостей з урахуванням соціально-психологічних та естетичних характеристик кадрів;
- розроблення для них посадових інструкцій, в яких повинні бути ясно виділені функції, засоби, обов'язки, права, влада і відповідальність.

4. Формування організаційної культури підприємства в цілому та його структурних підсистем (субкультур) на основі певних принципів і з урахуванням факторів, що визначають цю культуру.

Організаційна культура надає структурі управління підприємством свій конкретний образ, що відбиває стиль і характер управлінських взаємозв'язків як всередині підприємства, так і в його зовнішньому прояві з іншими економічними суб'єктами господарювання. Як зазначають зарубіжні вчені, головними принципами, що формують організаційну культуру підприємства, є [6]:

- комплексність уявлень про призначення виробничої системи (підприємства);
- першочерговість визначення цінностей і філософії даної системи;
- історичність;
- заперечення силового впливу;
- комплексність оцінювання.

Висновки

Отже, задача побудови оптимальної організаційної структури управління полягає ще в тому, щоб при виконанні функцій управління найбільш раціонально розподілити управлінську роботу між працівниками різних рівнів, знайти найкраще співвідношення різних категорій співробітників органу управління, оптимальні розміри структури загалом і її окремих елементів, кількість працівників, якими керівник може ефективно управляти залежно від розмірів організації.

Для визначення напрямів удосконалення структури вченим А. Чандлером запропоновано враховувати такі основні вимоги: необхідність подальшої децентралізації оперативної відповідальності з одночасним забезпеченням адміністративного контролю; повне використання потенційних можливостей працівників управління при виробленні та прийнятті рішень, що пов'язано з підвищенням їх освітнього і культурного рівня; створення найбільш сприятливого середовища для мотивації.

Узагальнюючи вище викладене, можна зробити висновок, що оптимальна організаційна структура управління підприємством має відповідати наступним вимогам:

- відповідати комунікаційним потребам сучасного суспільства, мати адекватну цим потребам інформаційну структуру, що є основою організаційної структури;
- відображати стратегічні цілі підприємства, ґрунтуючись на центрі стратегічного управління, який повинен стати невід'ємним елементом організаційної структури;
- бути орієнтованою на формування за мережевим принципом, найбільш точно відповідати конкурентній діяльності підприємств в умовах глобальної інтеграції.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Господарський кодекс України [електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/436-15>
2. Словник - довідник менеджера / Під ред. М. Г. Лапусти. – М.: ИНФРА-М, 1996. – 608 с.
3. Ламбен Жан-Жак. Менеджмент, орієнтований на ринок / Жак-Жак Ламбен; перев. с англ. под ред. В.Б. Колчанова. – СПб.: Питер, 2007. – 800 с.
4. Ліпсиц І. В. Маркетинг для топ - менеджерів. / Ліпсиц І.В. – М.: Эксмо, 2007. - 448 с.
5. Шваб Л.І. Економіка підприємства: навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. 2-е видання /Л. І. Шваб. – К.: Каравела, 2005. – 568 с.
6. Маслов В. І. Концептуальні установки менеджменту. Збірник статей. / Маслов В. І. – М.: Москва: Наука, 2012. – 576 с.

Анастасія Олександрівна Вінницька – студентка групи МОз –14мс, факультет менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: ynnickanastja@rambler.ru

Науковий керівник: **Наталія Петрівна Карачина** – д-р ек. наук, професор, завідувач кафедри менеджменту та моделювання в економіці, Вінницький національний технічний університет, Вінниця.

Vinnitska Anastasia O. - Department of Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnitsa, e-mail: vnnickanastja@rambler.ru

Supervisor: **Karachyna Natalija P.** – Doctor of Economics, Professor, Head of Department of Management and Simulation in Economics, Vinnytsia National Technical University, Vinnitsia.

ПІДХОДИ ДО ОПТИМІЗАЦІЇ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Розглянуто та узагальнено підходи до управління бізнес-процесами підприємств. Розкрито питання оптимізації бізнес-процесів. Визначено основні принципи та критерії удосконалення бізнес-процесів, методи оптимізації.

Ключові слова: бізнес-процес, бенчмаркінг, реінжиніринг, методика швидкого аналізу рішення, перепроєктування процесу.

Abstract

It has considered and generalized the business processes methods management. The questions of business process optimization are studied. The basic principles and criteria of business processes improvement, optimization techniques.

Keywords: business process, benchmarking, reengineering, fast analyze solution technology, process redesigning.

Вступ

Сьогодні в ринковій економіці рішучим фактором виступає наявність і оцінка не тільки підприємства, а саме оцінка відповідних бізнес-процесів як фактору реалізації потенціалу. Розв'язання задач щодо вдосконалення бізнес-процесів є найважливішим елементом, який забезпечує конкурентні переваги компанії. В умовах сучасного висококонкурентного ринку стратегія інноваційно-технологічного розвитку стає рішучим фактором успіху, який дозволяє забезпечити високі фінансові показники. Більшість компаній розуміють необхідність інноваційної стратегії, однак лише одиницям вдається впроваджувати її системно та послідовно, звертаючи високу увагу на внутрішні бізнес-процеси підприємства та їх оптимізацію.

Результати дослідження

Оптимізація бізнес-процесів є одним з аспектів організаційного розвитку, за якого ряд дій приймається власником процесу для виявлення, аналізу та покращення існуючих бізнес-процесів на підприємстві у відповідності з поставленими цілями і завданнями, таких як збільшення потенціалу підприємства, а разом з тим і збільшення прибутку та зниження витрат [1].

Управління бізнес-процесами організації передбачає їх постійне покращення та оптимізацію. У сучасному процесному управлінні виділяють два концептуальні підходи вдосконалення бізнес-процесів:

- поступовий (покроковий) підхід вдосконалення процесів (по Демінгу) в рамках існуючої організаційної структури управління, що вимагає незначних капіталовкладень або не потребує їх взагалі;

- кардинальний підхід (за Хаммером та Чампі), що веде до суттєвих змін процесу та фундаментальних змін в організаційній структурі управління.

Досягнення мети вдосконалення бізнес-процесів у рамках описаних підходів здійснюється за допомогою ряду методів. Концепція покращення бізнес-процесів ґрунтується на чотирьох підходах (за Дж. Харінгтоном) спрямованих на підвищення продуктивності, ефективності та адаптованості бізнес-процесів:

1. Методика швидкого аналізу рішення (FAST).
2. Бенчмаркінг процесу.
3. Перепроєктування процесу.
4. Реінжиніринг процесу [2].

Сучасний менеджмент бізнес-процесів пропонує управління через реінжиніринг бізнес-процесів, тобто, за визначенням Хаммера та Чампі: реінжиніринг бізнес-процесів – це фундаментальне переосмислення та радикальна модифікація бізнес-процесів для досягнення суттєвих змін в роботі з

удосконалення в критичних поточних показниках, таких як витрати, якість, обслуговування та швидкість [3].

Пеппард та Роуланд вважають, що реінжиніринг бізнес-процесів - це філософія вдосконалення, завдання якого - досягнення фундаментальних удосконалень шляхом перепроєктування процесу таким чином, що максимізується збільшення цінності, а інші показники мінімізуються, тобто, керуючись такими аспектами реінжинірингу [4].

Другий, відмінний від «традиційного», підхід до реінжинірингу бізнес-процесів виник у результаті критичних зауважень до підходу «з чистого аркуша». Його автором вважається Т. Дейвенпорт, який пропонує, перш, ніж проектувати нові бізнес-процеси, вивчити і чітко уявити собі існуючі бізнес-процеси, та провести їх порівняння. Останні мають бути не просто визначені, а ретельно вивчені та проаналізовані. Доцільно оцінювати ефективність як усього процесу в цілому, так і окремих його частин. Необхідно оцінити існуючий рівень використання інформаційних технологій у бізнес-процесі, що підлягає реінжинірингу. Крім того, потрібно виявити проблеми існуючого бізнес-процесу, а також зрозуміти причини, які їх викликають. Лише після цього можна проводити перепроєктування бізнес-процесу [5].

Для реалізації управлінських рішень з реінжинірингу бізнес-процесів виділяють такі способи його застосування:

1) Систематичний реінжиніринг - застосовується коли поточний бізнес-процес зрозумілий, документований і проаналізований для систематичного створення нових і кращих бізнес-процесів.

2) Реінжиніринг із чистого аркуша - застосовується коли існуючий бізнес-процес повністю руйнується та утилізується, тобто новий бізнес-процес створюється з нуля шляхом фундаментального переосмислення існуючого бізнес-процесу [6].

Висновки

Дослідивши підходи, які пропонуються науковцями було зроблено висновок, що для підприємств більш доцільним є застосування безперервного менеджменту бізнес-процесів, який дозволяє при необхідності на певних етапах безперервного менеджменту бізнес-процесів використовувати метод реінжинірингу бізнес-процесів, що дає змогу підприємствам підвищувати конкурентоспроможність слабких бізнес-процесів та зміцнювати конкурентні позиції в цілому. Серед основних переваг такого підходу можна виділити простоту проведення оптимізації як самих процесів з точки зору їх організації, синхронізації та взаємоузгодженості, так і ресурсів, що споживаються процесами, особливо людських.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Ареф'єва О.В. Бізнес-процеси підприємств сфери послуг: фактори, формування, конкурентоспроможність: [монографія] / О.В. Ареф'єва, Т.В. Луцька; Європейський ун-т. – К.: Вид. Європейського ун-ту, 2009. – 96 с.
2. Степанова Н. І. Реінжиніринг бізнес-процесів як інструмент покращення економічного стану підприємств / Н. І. Степанова // Управління розвитком. – 2013. – №20. – С. 22-243.
3. Хаммер М. Реінжиніринг корпорації: манифест революції в бізнесі. / М. Хаммер, Д. Чампи. – СПб., 2000. – 332с.
4. Peppard J. The Essence of Business Process Re-engineering. / Peppard, Joe, and Philip Rowland. Prentice Hall, Hemel Hempstead, England, 1995. – 226p.
5. Табачникас Б. И. Концепции реинжиниринга и управление бизнеспроцессами / Б. И. Табачникас // Проблемы современной экономики. – 2007. – № 1 (21) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=1230>
6. Бьёрн Андерсен. Бизнес-процессы. Инструменты совершенствования / А. Бьёрн; пер. с англ. – М.: ИНФРА-М, 2005. – 319с.

Ірина Олегівна Тисячук – Моз-12, факультет менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: irenka.tysyachuk@gmail.com

Науковий керівник: **Наталія Петрівна Карачина** – д-р ек. наук, професор, завідувач кафедри менеджменту та моделювання в економіці, Вінницький національний технічний університет, Вінниця.

Tysyachuk I. O. – Department of Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnitsa, e-mail: irenka.tysyachuk@gmail.com

Supervisor: **Karachyna Natalija P.** – Doctor of Economics, Professor, Head of Department of Management and Simulation in Economics, Vinnytsia National Technical University, Vinnitsa.

ПОТЕНЦІАЛ І ПЕРСПЕКТИВИ БРЕНДИНГУ У ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

В роботі розглядається процес формування брендингу, визначається його роль, можливості та перспективи у діяльності підприємств. Проаналізовано стан розвитку брендингу в Україні та основні проблеми.

Ключові слова: брендинг, бренд, конкуренція, маркетинг, споживач.

Abstract

This work discusses the problem of forming branding, defines its role, opportunities and prospects in the enterprise. It analyzes the state of branding in Ukraine and the main problems.

Keywords: branding, brand, competition, marketing, consumer.

Вступ

На сучасному етапі розвитку економіки актуальним є питання становлення брендів, які відіграють значну роль при позиціонуванні та просуванні товарів та послуг на ринку. Конкуренція на сучасному ринку вимагає наявності ефективних маркетингових інструментів впливу на цільові ринки. Купуючи бренди, людина споживає не просто товари з характеристиками, що найбільше її цікавлять, вона купує частину власного іміджу, можливість демонстрації своїх власних цінностей, які володіють певною значущістю для неї. Саме особистісні цінності, що покладені в основу бренду, роблять його близьким споживачеві, дозволяють включити бренд до власної картини світосприйняття.

Проблеми формування брендингу у своїх роботах розглядали Ф. Котлер, А. Уїллер [1], а в Україні та інших постсоціалістичних країнах – О. Шевченко [2], Є. Тихомирова [3], Є. Смирнов [4].

Метою дослідження є визначення ролі брендингу для подальшого розвитку діяльності підприємств України, виокремлення проблем, можливостей й шляхів його формування.

Результати дослідження

Брендинг є найважливішою складовою маркетингу і вирішує завдання просування не конкретних продуктів, рішень, послуг, а торговельних марок, під якими вони продаються. Про інтенсивний розвиток брендингу на вітчизняному ринку товарів та послуг і посилення інтересу до цього питання як з боку виробників, посередників, а також вчених і загалом громадськості свідчать наступні факти. По-перше, насичення ринку торговими марками. По-друге поява все більшої кількості рекламних, маркетингових та інших агентств, консалтингових компаній, які надають різноманітні послуги, в тому числі у сфері створення, поширення та підтримання торгових марок. По-третє, збільшуються сукупні витрати на просування товарів і послуг. В першу чергу, це витрати на рекламу, тобто зростання обсягів рекламного ринку. По-четверте, в останні роки періодично організовуються та проводяться різноманітні національні конкурси на визначення найкращих марок, підприємств, а також семінари, конференції та тренінги стосовно питань брендингу.

Незаперечний факт розвитку брендингу в Україні підтверджує поява відповідних конкурсів і рейтингів, що проводяться різними організаціями. Серед них такі конкурси як «Бренд року», «Золоті торгові марки», «Зірка реклами», «100 кращих товарів України» тощо. Існування таких різних за процедурою проведення і водночас подібних за ідеєю конкурсів має позитивне значення, оскільки: по-перше, існує можливість у підприємств отримати як суб'єктивну (споживачів), так і об'єктивну (експертів) оцінку своїх товарів, марок і загалом діяльності; по-друге, ймовірно знайти пояснення неприйнятному рейтингу в одному конкурсі шляхом участі в іншому; по-третє, участь в конкурсах дає змогу виявити сильні і слабкі сторони діяльності, які потрібно розвивати чи нівелювати в подальшому; по-четверте, можна окреслити перспективи зміни отриманих оцінок [5].

Підприємства, які усвідомлюють актуальність брендингу та мають на меті запровадити елементи цього процесу в своїй діяльності, повинні не тільки мати уявлення щодо його основних понять, етапів та принципів. Їм необхідно враховувати особливості брендингу на вітчизняному ринку. Низька ефективність брендингу вітчизняних виробників обумовлена нехтуванням того, що: в сучасних умовах створити бренд для всього ринку практично неможливо, потрібна орієнтація на певну цільову аудиторію; концепція нового бренду повинна ґрунтуватися на правильно обраному позиціонуванні; позиція має бути унікальною на ринку, важливою для споживача, можливою для стратегічного захисту та зрозумілою для представників цільової аудиторії; формування бренду потребує певного проміжку часу, не меншого за півроку; створення та утримання бренду вимагає значних коштів, причому не разового інвестування, а для постійного супроводу торгової марки на ринку; утримання бренду має супроводжуватись високою технологічною культурою на підприємстві, створенням культури якості.

В процесі просування брендів українські виробники різних товарів та послуг допускаються помилок, серед яких основними називають: 1) ігнорування неусвідомлених ефектів імені і оформлення; 2) ігнорування заходів мерчандайзингу; 3) неправильне використання ЗМІ і спонсорства; 4) недостатнє використання реклами; 5) використовування складних і непотрібних аргументів в рекламних текстах; 6) ігнорування ефективних носіїв інформації через власні упередження і некоректне медіа планування.

Успішний бренд, як і будь-яке успішне явище, - це єдність форми і змісту. Форма бренду – це те, що доступно розумінню кожного: його упаковка, логотип, ідентифікація, рекламна комунікація. Натомість його зміст, наповнення є значно глибше і складніше [6, 7]. Доцільно зазначити, що форма бренду є тимчасовою і швидкозмінною, у той час як зміст є категорією динамічною, але одночасно і фундаментальною константою, яка визначає бренд як явище.

Висновки

Незважаючи на те, що в Україні брендинг як процес досі знаходиться на ранніх етапах становлення, бренд-орієнтовані підприємства вже широко представлені на більшості українських ринків. Такі підприємства постачають свої товари, послуги або торгові марки у всі галузі економічної та суспільної діяльності. Перешкоди розвитку брендингу товарів вітчизняного виробництва і сприятливі умови для його розвитку значною мірою визначаються специфікою українського покупця та специфікою поведінки підприємства і підприємців – потенційних та існуючих власників торгових марок, їхнім підходом до ведення бізнесу, зокрема до створення і правління брендами.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Уиллер А. Индивидуальность бренда. Руководство по созданию, продвижению и поддержке сильных брендов / А. Уиллер – М. : Альпина Бизнес Букс, 2004. – 236 с.
2. Шевченко О. В. PR-технології в міжнародних відносинах (європейський досвід та перспективи України) : монографія / О.В. Шевченко. – К.: Центр вільної преси, 2003. – 187 с.
3. Тихомирова Є. Історико-культурний потенціал Волинського регіону як основа формування регіонального іміджу / Є. Тихомирова // Слов'янський вісник. Збірник наукових праць. – № 12. – Рівне. – 2011. – С. 256-261.
4. Смирнов Э.А. Стратегический менеджмент, ориентированный на бренд / Э.А. Смирнов. – Ростов: Феникс, Национальный институт бизнеса, 2004. – 320 с.
5. Бук Л.М. Развитие брендингу на украинском рынке / Л.М. Бук // Економіка та держава. – №3. – 2011. – С. 43-46.
6. Мороз О.В. Потенціал і перспективи брендингу у вітчизняному конкурентному середовищі / О. В. Мороз, С.С. Воловодюк // Бізнес-інформ. – №12. – Харків. – С. 479-484.
7. Карачина Н.П. Брендинг сільських територій: потенціал і перспективи / Н.П. Карачина, Т.В. Вакар // Економічна теорія: еволюція парадигми та революційні гіпотези: Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції. – Київ. – 2015. – С. 58-60.

Катерина Володимирівна Волчаста – група МОЗ-12, факультет менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: felicityhappy3@gmail.com

Науковий керівник: **Мороз Олег Васильович** – доктор економічних наук, професор, професор кафедри менеджменту та моделювання в економіці, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Kateryna V. Volchasta – Department of Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnitsia, e-mail: felicityhappy3@gmail.com

Supervisor: **Moroz Oleg V.** – Doctor of Economics, Professor, Professor of Department of Management and Simulation in Economics, Vinnytsia National Technical University, Vinnitsia.

УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ЯК ФАКТОР РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКИХ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Розглянуто один із найбільш важливих факторів в машинобудівній галузі – якість. Розкрито роль підвищення якості машинобудівної продукції.

Ключові слова: якість, управління якістю, машинобудування, контроль якості.

Abstract

Considered one of the most important factors in the engineering industry - quality. The role of improving the quality of engineering products.

Keywords: quality, quality management, engineering, quality control.

Вступ

Проблеми управління якістю продукції в сучасних умовах господарювання набувають особливої гостроти, оскільки від їх вирішення залежить підвищення конкурентоспроможності підприємства як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринку. Серйозна конкурентна боротьба викликає необхідність розробки та реалізації ефективних програм підвищення якості продукції.

Питанням що стосується управління якістю продукції машинобудівних підприємств, присвячено багато теоретичних і практичних досліджень вітчизняних та зарубіжних вчених таких як Т. Гринько, В. Ландик, О. Момот [1], В. Окрепілов, О. Д. Костюк [2], В. Панков, А. Томпсон, В. Туркін.

Метою дослідження є визначення проблеми управління якістю продукції як одного із засобів забезпечення конкурентоспроможності на машинобудівних підприємствах в умовах перехідної економіки та недосконалої конкуренції.

Результати дослідження

Якість продукції або послуг є одним з найважливіших факторів успішної діяльності будь-якого підприємства та організації. В наш час у світі помітно посилилися вимоги, що висувуються споживачами до якості продукції. Посилення вимог супроводжується усвідомленням необхідності постійного підвищення якості, без чого неможливе досягнення та підтримка ефективної економічної діяльності.

Управління якістю є однією із функцій менеджменту, основним засобом досягнення та підтримки конкурентоспроможності будь-якого підприємства. Якість продукції є один із найважливіших критеріїв функціонування підприємства в умовах перенасичення ринку і нецінової конкуренції.

Управління якістю на підприємствах машинобудування має виконувати такі функції: планування, навчання та мотивація персоналу; організація робіт за якістю; контроль та надання інформації про наявну якість; розробка й ухвалення рішень керівництвом підприємства щодо впровадження заходів у виробничий процес з підвищення якості; взаємодія із зовнішнім середовищем (постачальниками, споживачами й органами влади) з питань якості.

Управління якістю розглядається як самостійна складна функція, цілями реалізації якої є:

- підвищення конкурентоспроможності та прибутковості підприємства за рахунок підвищення якості продукції та усіх супутніх процесів;
- зниження усіх видів витрат і підвищення економічної стабільності підприємства;
- дотримання вимог охорони навколишнього середовища;
- забезпечення цілеспрямованого та системного впливу на параметри якості з метою їх постійного поліпшення.

Діяльність, пов'язану з управлінням якістю, представлено на трьох рівнях управління. Основними елементами управління якістю на цих рівнях є:

- на рівні організації: наміри, напрями, цілі діяльності стосовно якості, які офіційно сформульовані та задекларовані вищим керівництвом організації;
- на рівні підрозділів: завдання, ресурси, критерії оцінювання діяльності, які пов'язані з забезпеченням якості конкретної продукції;
- на рівні персоналу: відповідальність, повноваження, відносини виконавців усіх рівнів щодо питань якості.

Якість визначається дією багатьох випадкових, місцевих і суб'єктивних факторів. Для попередження впливу цих факторів на рівень якості необхідна система управління якістю. При цьому потрібні не окремі розрізнені і епізодичні зусилля, а сукупність заходів постійного впливу на процес створення продукту з метою підтримки відповідного рівня якості.

У стандарті ISO серії 9000 наведено таке визначення: «політика в сфері якості – це основні напрями та цілі організації в сфері якості, офіційно сформульовані вищим керівництвом» [3].

Основними факторами, що впливають на формування політики в сфері якості, є: ситуація на ринках збуту, науково-технічний прогрес і досягнення конкурентів, стан справ усередині підприємства, а також загальний стан економіки і наявність інвестицій у розвиток підприємства.

В умовах стабільного розвитку економіки основним напрямом політики якості має бути активне проведення досліджень, розробка перспективних проектів, упровадження передових технологій з метою випередження конкурентів на ринках збуту, а також розробка та впровадження заходів щодо підвищення якості на підприємстві. Процес організації робіт щодо забезпечення якості має три етапи [4]:

1. Розробка системи якості, тобто це визначення структур, їх функцій і методів робіт. При цьому для створення системи якості, яка відповідає сучасному рівню, використовуються рекомендації міжнародних стандартів ISO, в яких узагальнюється досвід створення систем, що накопичений у розвинених країнах.

2. Упровадження системи якості, протягом якої здійснюються внутрішні перевірки системи та, як правило, її доопрацювання за результатами перевірок.

3. Сертифікація системи якості на відповідність стандартам ISO. Одержання такого сертифіката від авторитетного незалежного органу істотно зміцнює позиції підприємства на ринках збуту, оскільки дає замовникам додаткову впевненість у можливості підприємства стабільно забезпечувати необхідний рівень якості.

Контроль якості – це одна з основних, а також найбільш об'ємних функцій із застосовуваних методів у процесі управління [5, 6]. В стандарті ISO серії 9000 під контролем розуміють вимір отриманих характеристик, їх порівняння. На машинобудівних підприємствах повинні використовуватися такі види контролю якості:

- контроль проектування;
- вхідний контроль матеріалів і комплектуючих виробів;
- контроль за станом технологічного устаткування;
- операційний контроль під час виготовлення;
- авторський нагляд за виготовленням;
- активний контроль приладів, вбудованих у технологічне устаткування;
- приймальний контроль готової продукції;
- контроль за монтажем і експлуатацією на об'єктах [7].

Залежно від обсягу контрольованої продукції використовується вибіркового або суцільний контроль. Перераховані види контролю якості продукції здійснюються шляхом використання різних фізичних, хімічних і інших методів, які можна поділити на дві групи: руйнівні і неруйнівні [8]. Серед руйнівних методів: випробування на розтягування та стиснення, випробування на удар, випробування за умови повторно-змінних навантажень, випробування твердості. До неруйнівних методів: магнітні, акустичні, радіаційні, органолептичні.

Висновки

Отже, підвищення якості та конкурентоспроможності продукції впливає на зростання продуктивності суспільної праці, структуру виробництва та функціональний розподіл потужностей, забезпечує ефективне використання основних фондів, економію сировини, матеріалів, палива, енергії, сприяє повнішому задоволенню різноманітного попиту споживачів, формуванню іміджу

підприємства як економічного надійного партнера. Вирішення проблеми підвищення якості продукції на підприємстві – це, насамперед, його високий імідж серед покупців, це вихід не тільки на внутрішній, але й на зовнішній ринок, це основа для одержання максимального прибутку та забезпечення стійкого фінансового стану.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Момот О. І. Можливості використання міжнародних стандартів для побудови інтегрованих систем менеджменту / О. І. Момот // Вісник Київського національного університету технологій та дизайну: зб. наук. Праць. – К., 2014. – № 5 (37). – С. 133-138.
2. Костюк О. Д. Концепції сучасних систем управління якістю продукції та послуг / О.Д. Костюк // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.nbuu.gov.ua>.
3. Федоров Г. Є. Контроль якості продукції в машинобудуванні : [навч. посібник] для студ. вищ. навч. закладів / під ред. Г. Є. Федоров; Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут». – К.; Краматорськ, 2013. – 332 с.
4. Савчук-Поліщук Т. А. Конкурентоспроможність продукції машинобудування: проблема кількісної оцінки: [навч. посіб.] / Т. А. Савчук-Поліщук. - Донецьк: ДНУ, 2007. – 144 с.
5. Марченко Т. Б. Методика впровадження системи управління якістю на підприємстві / Т. Б. Марченко // Актуальні проблеми економіки. – 2007. – № 12. – С. 152–156.
6. Кутай А. И. Анализ точности и контроль качества в машиностроении / А. И. Кутай, С.Б. Кордонский. – М.: Машгиз, 2008. – 363 с.
7. Геліч Н. В. Розробка та впровадження системи управління якістю продукції на машинобудівному підприємстві / Н. В. Геліч // Науково-теоретичний журнал Хмельницького економічного університету “Наука й економіка”. – Хмельницький, 2009. – С. 198-202.
8. Мороз О.В. Економічне оцінювання та управління діяльністю машинобудівного підприємства на основі зростання якості : монографія / О.В. Мороз, Н.П. Карачина, М.В. Бальзан. – Вінниця: ВНТУ, 2015. – 196 с.

Тетяна Миколаївна Олійник – студентка групи МОз-14-мс, факультет менеджменту, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: alina-foreva@mail.ru

Науковий керівник: **Мороз Олег Васильович** – д.е.н., професор, професор кафедри менеджменту та моделювання в економіці, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Oliynuk Tatiana – Department of Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnitsia, e-mail: alina-foreva@mail.ru

Supervisor: **Moroz Oleg V.** – Doctor of Economics, Professor, Professor of Department of Management and Simulation in Economics, Vinnytsia National Technical University, Vinnitsia.

ЕКОНОМІЧНА ОЦІНКА МОТИВАЦІЇ ТРУДОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВАХ У СУЧАСНИХ УМОВАХ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

У роботі розглянуто методи оцінки трудової діяльності персоналу на підприємстві в сучасних умовах. Розкрита модель економічної мотивації трудової діяльності персоналу, за результатами якої можна розробити заходи по підвищенню ефективності виробництва за рахунок активізації трудової діяльності персоналу.

Ключові слова: стимулювання, потреби, мотивація праці, трудова діяльність.

Abstract

This article presents a method of estimating the employment of staff at the enterprise in modern conditions. We have also considered the economic model of motivation of labour activity of the personnel by results of which it is possible to develop actions on increase of production efficiency due to the intensification of labor activity of the personnel.

Keywords: stimulation, demands, motivation of labour, employment.

Вступ

Проблема спонукання людей до продуктивної праці, не нова, тому завжди виникає необхідність пошуку ефективних методів управління працею з метою підвищення її продуктивності.. Одним з шляхів є підвищення керованості мотивацією праці на підприємстві з метою формування середовища зацікавленості працівників у кінцевих результатах, ефективність якої спроможна компенсувати недоліки інших функцій управління, наприклад, в плануванні або організації виробничої діяльності.

Результати дослідження

Мотивація трудової діяльності може бути дієвою за умови застосування сучасних форм і методів матеріального стимулювання персоналу. Підвищення значення трудових і статусних мотивів, що спостерігається сьогодні, не означає зниження ролі матеріальних стимулів. Вони залишаються важливим чинником, здатним суттєво підвищити трудову активність та сприяти досягненню високих результатів індивідуальної та колективної діяльності [1].

Значний внесок у розвиток теорії і практики мотивації трудової діяльності зробили економісти-класики А. Сміт, Ф. Гілбрет, А. Маслоу, Ф. Герцберг, А. Афонін, Р. Оуен, Д. Мак-Грегор, А. Врум, та інші. Серед сучасних дослідників можна виділити українців – В.П. Пугачова, І.В. Маскона, А.А. Вернадського, А.М. Колота.

Мотивація праці – це процес свідомого вибору людиною того чи іншого типу поведінки, що визначається комплексним впливом зовнішніх (стимули) і внутрішніх (мотиви) чинників [2].

Оцінка персоналу в системі мотивації повинна здійснюватися з урахуванням дії об'єктивних законів, які регулюють поведінку працівника. Для забезпечення ефективної мотивації персоналу на основі його оцінки на всіх рівнях господарської структури, оцінювальний механізм має здійснюватися на принципах загальності, системності, всебічності, справедливості, порівняння [3].

Для забезпечення ефективного функціонування виробництва Бойко Е.В. запропонував модель управління організаційно-економічною мотивацією трудової діяльності працівників на підприємствах і модель узгодження взаємних інтересів як працівників, так і підприємств [4].

В основу першої моделі покладено визнання стратегічного менеджменту як ведучого фактору ефективного розвитку підприємств. Вона є економічним інструментом пошуку оптимального варіанта стимулювання трудової діяльності, що задовольняє інтереси працівників і підприємств, в результаті чого підвищується прибутковість, зростає продуктивність та ринкова вартість підприємств.

Друга модель узгодження інтересів базується на розв'язанні протиріч між цілями і потребами працівників і підприємств, що дозволяє підвищити ефективність їх взаємодії. Ця модель складається з

двох етапів. На першому проводиться аналіз і оцінка потенціалу підприємства з точки зору можливостей підвищення ефективності діяльності персоналу за рахунок мотивації. Другий етап передбачає розрахунок ефективності методів мотивації та стимулів, які впливають на прибуток підприємств.

Для оцінювання рівня мотивації праці працівників підприємств Осадца З.І запропонувала мотиваційний комплекс, в якому визначено систему вимірювання показників мотивації (об'єктивно-суб'єктивну), складено програму мотиваційного дослідження, розроблено методику проведення розрахунку бального показника мотивації праці, досліджено оцінку рівня мотивації праці на підприємстві [5].

Використання зазначеної методики підтверджує необхідність диференційованого підходу до стимулювання працівників, які належать до різних категорій. Одночасне використання суб'єктивних та об'єктивних показників дасть змогу провести адекватну кількісну оцінку рівня трудової мотивації в трудовому колективі. В якості суб'єктивних показників використовувались результати проведення фокус-груп та опитувань, спрямованих на вивчення позитивних і негативних стимулів, а об'єктивного – продуктивності праці.

Висновки

Таким чином, розглянута модель економічної мотивації трудової діяльності персоналу, в якій основним показником ефективності приймається приріст прибутку підприємств з урахуванням їх мотиваційних можливостей і мотиваційних потреб персоналу, може бути використаний економіко – методичний інструмент розробки заходів по підвищенню ефективності виробництва за рахунок активізації трудової діяльності персоналу. А модель мотиваційного комплексу професійної діяльності дозволить встановлювати численні значення параметрів мотивації з метою розробки цілеспрямованих заходів щодо підвищення її рівня, а також сприяє здійсненню моніторингу рівня професійної мотивації з метою відбору та найму співробітників, формування робочих груп, встановлення нормативних залежностей між параметрами мотивації та ефективністю виробничої діяльності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Сметанюк О. А. Поняття мотивації та стимулювання трудової діяльності / О. А. Сметанюк, Роча Хорхе Густаво Дельгадо // Економічний простір. – 2014. – № 86. – С. 206- 213.
2. Бойко Є.В. Мотивація персоналу: навчальний посібник / Є.В. Бойко. – ЗДІА, 2004. – 310 с.
3. Гамова О.В. Заробітна плата як економічна категорія / О.В. Гамова // Держава та регіони: серія: Економіка та підприємництво. – Запоріжжя. – 2010. – №3. – С. 368–372.
4. Бойко Е.В. Формирование организационно-экономического механизма комплексной мотивации трудовой деятельности персонала предприятия в современных условиях/ Е.В. Бойко // Менеджмент організацій і управління людськими ресурсами: Зб. статей: Ч. 4. – Ялта: РВВ К ДПІ, 2005. – С. 94-102.
5. Осадца З.І. Проблеми трудової мотивації на підприємствах України / З. І. Осадца // Моделювання регіональної економіки: Збірник наукових праць.- Івано-Франківськ: Прикарпатський університет ім. В. Стефаника, 2004. – №3. – С.108–122.

Світлана Олегівна Олійник – студентка групи МОз-12, факультет менеджменту, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: oliynyk_9@meta.ua.

Науковий керівник: **Сметанюк Олена Анатоліївна** – к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту та моделювання в економіці, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Oliynyk Svitlana – Department of Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: oliynyk_9@meta.ua.

Supervisor: **Smetaniuk Olena A.** – PhD in Economics, docent, docent of Department of Management and Simulation in Economics, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.

МОТИВАЦІЯ ТРУДОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВАХ: СУТНІСНИЙ АСПЕКТ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Розкрито поняття мотивації та стимулювання трудової діяльності, розглянуто основні методи матеріальної та нематеріальної мотивації, вплив цих методів на персонал підприємства.

Ключові слова: мотивація трудової діяльності, стимулювання, методи мотивації, матеріальна мотивація, нематеріальна мотивація, персонал.

Abstract

In the article was researched concept of motivation and stimulation of employment, the main material and nonmaterial methods of employee motivation are studied and the way they affect employees is analysed.

Keywords: stimulation of employment, promotion, methods of promotion, material promotion, nonmaterial promotion, staff.

Вступ

Сучасна система управління персоналом ґрунтується на тому, що люди є найважливішим економічним ресурсом підприємства, джерелом його прибутків, конкурентоспроможності та процвітання. У наш час дуже важливим є дослідження впливу мотивації на продуктивність праці робітників на підприємстві, а також аналіз внутрішнього бажання людини діяти певним чином для задоволення своїх потреб. У ході аналізу попередніх робіт, Скорик Р.П., Гербут М.В. та Біліченко О.С., було здійснено дослідження того, що основна мета процесу мотивації – це отримання максимальної віддачі від використання наявних трудових ресурсів, що дозволяє підвищити загальну ефективність і прибутковість діяльності підприємства. Ось чому на сьогоднішній день є досить важливим розгляд такої проблеми, як мотивація трудової діяльності на підприємствах.

Результати дослідження

Мотивація трудової діяльності – це складний процес, обумовлений певними особистими характеристиками людини, а також необхідністю задоволення її потреб та їх відповідності зовнішнім умовам діяльності. Вона є сукупністю зовнішніх і внутрішніх сил, що спонукають людину до діяльності, надають цій діяльності спрямованості, яка орієнтована на досягнення цілей підприємства (організації). Отож, мотивація – це комплекс дій, направлених на зацікавлення, спонукання, стимулювання працівників для покращення результатів їх праці; мотивація – це бажання працівників задовольнити свої потреби через трудову діяльність. Адже задача керівництва, з погляду Сметанюк О.А., полягає в умінні знайти підхід до кожної людини шляхом визначення кола її інтересів не лише у роботі, яку вона виконує, але й за її межами [1].

У наш час для більшості підприємств і організацій величезну роль відіграє отримання прибутку, якість продукції та конкурентоспроможність на ринку. Аби досягти успішності слід сформувати ефективну систему мотивації праці персоналу, що відповідає ринковим умовам господарювання і тим самим забезпечити успішну діяльність і розвиток підприємств та всієї економіки країни. Відсутність належних стимулів до праці, нереалізовані мрії про підвищення рівня життя зумовлюють виникнення незадоволення людини своєю роботою та своїм становищем у суспільстві. Скорик Р.П. у своїй роботі зазначав, що нехтування мотиваційним фактором у сфері праці призводить до зниження показників її продуктивності, якості продукції, трудової дисципліни на кожному конкретному підприємстві і до кризи в господарській системі в цілому. Постійні зміни в економічній та політичній сферах нашої держави одночасно створюють великі можливості і серйозні загрози для кожної особистості та вносять досить значний рівень невизначеності в життя практично кожної людини. Відтак, лише дієвий мотиваційний механізм, що відповідає сучасним умовам та в змозі швидко пристосуватись до економічних змін, забезпечить ефективне використання трудових ресурсів [2, 3].

Важливою є роль індивідуальних заходів мотивації трудової діяльності на підприємствах, а саме, матеріального і нематеріального стимулювання до високопродуктивної праці: встановлення рівня грошової винагороди, доплат, премій, підвищення професійного розряду, доручення складних і відповідальних завдань, відрядження на навчання за рахунок підприємства. Дослідивши напрацювання Біліченко О.С., слід зазначити, що будь-які зміни в діяльності організації не залежно від ступеня ефективності, наприклад, прийняття рішень «на папері» не будуть впроваджені «в життя» без відповідної мотивації персоналу підприємства. Отож, при розробці системи управління трудовими ресурсами особливу увагу потрібно приділити саме системі мотивації [4].

Оскільки сьогодні мотивами трудової діяльності на підприємствах є мотиви матеріальні, через те, що праця людей направлена тільки на отримання максимального доходу для себе і майже більшості з них не цікава, безпосередньо, сама діяльність підприємства, тому працівники зацікавлені тільки у працевлаштуванні саме на тих підприємствах і організаціях, де забезпечують найбільш високу заробітну плату. Дослідник Гербут М.В. вважав, що не менш важливе значення відіграє, також нематеріальна мотивація. Вона спрямована на підвищення лояльності співробітників до компанії, завдяки інвестиціям від компанії в якість робочої сили, а саме: можливість розвитку і навчання, планування кар'єри, оздоровлення, пільгове харчування тощо. Для формування належного ставлення до праці потрібно створити такі умови, за яких персонал сприймав би свою працю, як свідому діяльність, необхідну за для нормального матеріального забезпечення себе і сім'ї, як джерело самовдосконалення, основу професійного та службового зростання [5].

Висновки

Отже, система мотивації трудової діяльності на підприємстві відіграє одну з провідних ролей з усіх внутрішніх факторів, що впливають на розвиток підприємства, організації. Саме правильне стимулювання робітників і вдале мотивування до виробничої діяльності дає внутрішній так званий, поштовх для більш ефективного виробництва та зрештою більш ефективного функціонування підприємства. На сьогодні не існує єдиної системи мотивації трудової діяльності на виробництві, кожне підприємство самостійно обирає свої методи мотивації, враховуючі наявні можливості, передовий досвід, економічну ситуацію.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Сметанюк О.А. Поняття мотивації та стимулювання трудової діяльності [Текст] / О.А. Сметанюк, Роча Хорхе Густаво Дельгадо // Економічний простір. – 2014. - №86. – С.206-213. [електронний ресурс]. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/ecpros_2014_86_22.pdf
2. Скорик Р.П. Особливості мотивації трудової діяльності персоналу / Р.П. Скорик [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/29_DWS_2009/Economics/
3. Мачтакова О.Г. Еволюція концепції мотивації як складової стратегічного управління на підприємстві [Текст] / О.Г. Мачтакова. – Збірник наукових праць за матеріалами Вісника соціально-економічних досліджень. – 2010. – № 40. – С. 99–107.
4. Біліченко О.С. Класичні і сучасні моделі мотивації трудової діяльності / О.С. Біліченко // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dspace.mnau.edu.ua:8080/jspui/bitstream/pdf>
5. Гербут М.В. Мотивація трудової діяльності працівників підприємства / М.В. Гербут // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/9702/1/33.pdf>

Людмила Олександрівна Глухимчук – студентка групи МОЗ-12, факультет менеджменту, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: ludmila@box.ua

Науковий керівник: **Сметанюк Олена Анатоліївна** – к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту та моделювання в економіці, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Gluhimchuk Luda – Department of Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnitsia, e-mail: ludmila@box.ua

Supervisor: **Smetaniuk Olena A.** – PhD in Economics, docent, docent of Department of Management and Simulation in Economics, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.

ВПРОВАДЖЕННЯ НОВІТНІХ ТЕХНОЛОГІЙ НА ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Розкрито інформаційний парадокс або явище, при якому витрати на інформатизацію супроводжувались зменшенням продуктивності праці підприємства. Досліджено взаємозв'язок прибутку та впровадження інформаційних технологій.

Ключові слова: інформаційний парадокс, інформатизація, продуктивність.

Abstract

In this article the information paradox, or a phenomenon in which the costs of computerization led to a decrease in productivity of the company. Also investigated the relationship of profits and implementation of information technology.

Keywords: information paradox, information, productivity.

Вступ

Сучасний стан та набутий світовий досвід країн, які досягли найвищих економічних результатів, свідчить про те, що досягнення в галузі економічного зростання можуть бути забезпечені завдяки інноваційному продукту, цивілізованому розвитку інноваційної сфери, яка продукує якісно нові економічні відносини, рівень розвитку, забезпечує високий життєвий рівень населення [1].

Останніми десятиліттями підприємства світу широко використовують інформаційні технології, але впровадження останніх супроводжується інформаційним парадоксом. Парадокс був досліджений вченими різних країн. Дослідники перевірили залежність між інформаційними витратами і продуктивністю. У результаті досліджень було зроблено висновок, що витрати на інформаційні технології перевищили доходи, які б вони мали принести. Після проведення досліджень було встановлено, що інвестиції в інформаційні технології не призвели до зростання продуктивності або дали лише дуже незначний приріст. Детальне дослідження цього феномену є важливим не тільки для світової економіки і підприємств, а й для національного господарства України, так як постає питання доцільності інвестування в ІТ (інформаційні технології). Тому потрібно визначити зв'язок продуктивності і впровадженням інформаційних технологій, також дослідити економічний ефект від їх використання.

Результати дослідження

Для початку доцільно визначити, що таке інформаційні технології - це апаратне і програмне забезпечення, телекомунікації та послуги ІТ-персоналу.

Кожне підприємство має знати, який прибуток принесе нова технологія, і як її впровадження вплине на продуктивності праці усього підприємства. На даний момент більшість працівників не уявляють свою роботу без комп'ютерів, телефонів, факсів, вони стали невід'ємною частиною їх робочого середовища. Всі перелічені засоби раніше були новими у роботі підприємств, тому можемо зробити висновок, що технологія дає економічний ефект в той момент, коли вона рухається від новизни до необхідності. Таким чином, ми не повинні очікувати значного зростання продуктивності від нової технології [2].

Теоретично, світові фірми та підприємства розуміють переваги технологій для розвитку бізнесу і вкладають великі інвестиції у них, але вони не приносять очікуваних результатів. На початку 2000-х років, підприємці зазнали негативних результатів від роботи з новітніми технологіями, який був відображений в наукових статтях, які розкривають загальні негативні тенденції у продуктивності працівників, які були зайняті у інформаційній сфері. Деякі економетричні розрахунки також показали низьку ІТ фондовіддачу в різних виробничих сферах. Тільки нещодавно дослідники почали знаходити позитивні взаємозв'язки між ІТ-інвестиції і різними показниками економічної діяльності [3].

Дослідники і менеджери очікують революційні вигоди від інвестицій в ІТ, але аналізуючи інвестиції і уповільненні темпи продуктивності, можна констатувати, що такі інвестиції приводять до негативних результатів. Для детального аналізу даної проблеми розглянемо економіку США 1990-х та 2000-років. У 1990 році ІТ-капітал дорівнював приблизно 10% від ВВП усієї держави. Якщо, гіпотетично, ІТ були використані ефективно, то частка ІТ-капіталу у загальному ВВП мала б збільшитись на 5% у найближчі 5 років. Проте, такого збільшення не було виявлено. Замість цього, збільшення капіталу відбулося лише, приблизно, через 15 років, припускаючи середньорічний внесок в сукупне зростання ВВП у галузі інновацій 0,15% [4].

Але це не означає, що комп'ютеризація не мала значного впливу на ріст ВВП, швидше можна припустити, що зміни в капіталі можна спостерігати лише в конкретних сферах, таких як операції з валютою та нерухомістю [4].

Але, деякі дослідження показують надлишкову віддачу від ІТ капіталу. Аналіз економіки США аналітичною компанією Oliner and Sichel показують, що прибуток від впровадження новітніх технологій складає до 38% від загального прибутку підприємства в рік протягом 1991-2000 періоду, Yorgenson і Stiroh повідомляють про дещо вищий показник для 1989-2000 періоду, 42% - 52% в рік [5].

Отже, як ми бачимо, є різні факти стосовно даної проблеми і досліджуючи ще детальніше даний «парадокс» ми отримусмо наступні результати. Статист Роберт М. Салоу, відзначав, що збитки від впровадження інформаційного забезпечення були зосереджені в секторі виробництва. Це пояснюється тим, що сфера послуг використовує понад 80% потенціалу ІТ. Тому новітні технології, а саме програмне забезпечення дає зростання продуктивності у таких діяльностях, як банківська справа, продаж нерухомості, консалтингові послуги, валютні операції та інше. Що стосується інвестицій у інновації у виробничу сферу, то вони будуть мати позитивний вплив лише у випадку інвестування у технічні засоби, а вкладання фінансових ресурсів у програмне забезпечення, в свою чергу, дадуть досить незначний приріст прибутку [6].

Висновки

Виходячи з вищеописаного, підприємства України мають у першу чергу визначити специфікацію виробництва та ретельно вивчити досвід іноземних компаній, щодо інвестицій у нові технології, що дасть змогу раціонально використовувати фінансові ресурси підприємства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Несен Л. М. Методико-організаційні підходи до становлення інноваційної сфери в Україні [Текст] / Л. М. Несен // Соціально-економічні пріоритети сталого розвитку (збірник наукових праць). – К: Ін-т економіки НАНУ, 2003. – С. 19-30.
2. Oz Efficacy Information technology productivity: in search of a define observation / Efficacy Oz / Management Division, School of Graduate Professional Studies, The Pennsylvania State University, 2004 [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://mail.imb.usu.ru/docs/Bank%20English_Translated%20Articles/English/IT%20and%20Management/Information%20technology%20productivity.pdf
3. Brynjolfsson Erik Information technology and Productivity: a review of the literature / Erik Brynjolfsson // Advances in computers, academic press. 1996 vol.43, p. 179-214. [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://ebusiness.mit.edu/erik/itp.pdf>.
4. Strassman Paul A. Defining and measuring information productivity / Paul A. Strassman/ New Canaan, 2004. [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.strassmann.com/pubs/computerworld/rankings/ip_rankings_v3.pdf
5. Hal R. Varian Economics of Information Technology / Hal R. Varian / University of California, Berkley, 2003. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://people.ischool.berkeley.edu/~hal/Papers/mattioli/mattioli.pdf>
6. Martin-Oliver Alfredo The output and profit contribution of information technology and advertising investments in banks / Alfredo Martin-Oliver/ Alcade 48, 2007 [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.bde.es/f/webbde/SES/Secciones/Publicaciones/PublicacionesSeriadas/DocumentosTrabajo/07/Fi/c/dt0740e.pdf>

Денис Сергійович Каковкін – студент групи МО3-14мс, факультет менеджменту, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: fasted22@mail.ru

Науковий керівник: **Сметанюк Олена Анатоліївна** – к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту та моделювання в економіці, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Kakovkin Denis – Department of Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: fasted22@mail.ru

Supervisor: **Smetaniuk Olena A.** – PhD in Economics, docent, docent of Department of Management and Simulation in Economics, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РЕСУРСАМИ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Визначено сутність фінансових ресурсів, розглянуто систему управління фінансовими ресурсами підприємства, джерела їх формування, а також етапи управління фінансовими ресурсами на вітчизняних підприємствах.

Ключові слова: фінансові ресурси, грошові надходження, управління фінансовими ресурсами, система управління фінансовими ресурсами.

Abstract

Deliberate nature of financial resources, the system of financial management of the company, the source of their formation and stages of financial management in domestic enterprises.

Keywords: financial resources, income, financial management, financial management system.

Вступ

На даний момент однією із найбільших проблем, з якою стикаються багато вітчизняних підприємств є неправильне або недостатньо ефективне управління фінансовими ресурсами. А від цього залежить функціонування та розвиток підприємства, а також його конкурентноспроможність на ринку.

Тому, оскільки фінансові ресурси є найважливішим чинником економічного зростання та розвитку підприємств, необхідно вміти правильно та ефективно використовувати, формувати та розподіляти фінансові ресурси на підприємстві.

Над питанням щодо управління фінансовими ресурсами працювали такі відомі вчені дослідники, як : Т. В. Безбородова, О. Д. Василик, В. П. Кудряшова, А. М. Поддєрьогін, А. М. Білик, Л. Д. Буряк, В. М. Опарін, Д. В. Ванькович та багато інших.

Метою дослідження є визначення сутності фінансових ресурсів підприємства, джерел формування, а також аналіз ефективності використання фінансових ресурсів на вітчизняних підприємствах.

Результати дослідження

В системі основних економічних ресурсів важлива роль належить фінансовим ресурсам, їх достатня наявність – необхідна умова успішного функціонування будь-якого підприємства.

В економічній літературі досі немає єдиної думки щодо визначення фінансових ресурсів.

Під фінансовими ресурсами підприємства розуміємо «сукупність коштів з фондів підприємств та від зовнішніх надходжень, що можуть бути спрямовані на формування основного та оборотного капіталу, необхідного для провадження підприємницької діяльності і забезпечення розширеного виробництва» [1].

О. Д. Василик стверджує, що фінансові ресурси – це грошові накопичення і доходи, що створюються в процесі розподілу і перерозподілу валового внутрішнього продукту й зосереджуються у відповідних фондах для забезпечення безперервності розширеного відтворення та задоволення інших суспільних потреб [2].

На думку В. П. Кудряшова, фінансові ресурси – це сукупність фондів, які беруть участь у забезпеченні діяльності суб'єктів і здійснюють обіг у грошовій формі. Фінансові ресурси завжди знаходяться у власності тих чи інших суб'єктів і використовуються для вирішення поставлених задач.

Поддєрьогін А. М. вважає, що «фінансові ресурси – це грошові засоби, які є в розпорядження підприємства, а саме грошові фонди, а також частина грошових засобів в не фондовій формі» [3].

Отже, можна сказати, що більшість авторів розуміє під фінансовими ресурсами грошові накопичення, доходи і надходження або ж фонди грошових ресурсів.

Таким чином, до фінансових ресурсів слід відносити сукупність коштів, які знаходяться в розпорядженні держави, муніципальних утворень, окремих суб'єктів господарювання та домогосподарств (населення), що призначені для фінансування розширеного відтворення та виконання різноманітних фінансових зобов'язань.

Однією з класифікацій фінансових ресурсів підприємства є класифікація в залежності від джерел формування фінансових ресурсів (рис.1).



Рис. 1. Класифікація джерел формування фінансових ресурсів підприємства [4]

Управління фінансовими ресурсами підприємства це система принципів і методів розробки та реалізації управлінських рішень, які пов'язані з оптимальним формуванням фінансових ресурсів, а також забезпеченням ефективності їх використання в різних видах господарської діяльності підприємства.

Управління фінансовими ресурсами може бути спрямоване на досягнення таких цілей: виживання фірми в умовах конкурентної боротьби; уникнення банкрутства і великих фінансових невдач; лідерство в боротьбі з конкурентами; збільшення ринкової вартості фірми; прийнятних темпів зростання економічного потенціалу фірми; зростання обсягів виробництва та реалізації; збільшення прибутку; зменшення витрат; забезпечення рентабельної діяльності і т.д.

Система управління фінансовими ресурсами підприємства повинна базуватися на принципах важливості, повноти, оперативності, динамічності, достовірності, безперервності, циклічності, узгодженості з іншими економічними процесами підприємства й ефективності.

В основі системи управління фінансовими ресурсами підприємства лежать два складники: управління формуванням фінансових ресурсів та управління використанням фінансових ресурсів, або їхнім функціонуванням [5].

Тому можна визначити етапи процесу управління фінансовими ресурсами підприємств в сучасних умовах господарювання:

1. Виявлення та формулювання проблеми й завдання управління фінансовими ресурсами, які повинні бути виконані на базі попередньо набутого досвіду та наявної інформації.
2. Прийняття управлінського рішення щодо використання фінансових ресурсів і його реалізації.
3. Аналіз результатів прийнятого рішення з погляду можливих способів його модифікації чи зміни, а також їх врахування в процесі накопичення досвіду, який може бути використаний у майбутньому.

Висновки

Отже, від ефективної організації та правильного управління фінансовими ресурсами підприємства залежить як його фінансово – економічний стан, так і стан на ринку в сучасних конкурентних умовах. Управління фінансовими ресурсами – це процес прийняття ефективних управлінських рішень, які поєднують у собі досвід професіоналів і певні умови, що складаються в конкретний момент часу і потребують виконання оперативних і стратегічних завдань. Система управління фінансовими ресурсами буде вважатися ефективною лише тоді, коли вона дає змогу не лише раціонально використовувати наявні ресурси, а й забезпечити системний пошук можливостей подальшого розвитку підприємства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Непочатенко О. О. Фінанси підприємств: [підручник] / О. О. Непочатенко, Н. Ю. Мельничук - К. : Центр навчальної літератури, 2013. – 504 с.
2. Василик О. Д. Теорія фінансів: [навч. посібник] / О. Д. Василик. – К.:НІОС, 2000. – 416 с.
3. Поддєрьогін А. М. Фінанси підприємств: [підручник] / А.М. Поддєрьогін, А.М. Білик, Л.Д. Буряк; кер. кол. авт. і наук. ред. проф. А. М. Поддєрьогін. – 5-те вид., перероб. та допов. – К.: КНЕУ, 2004. – 546 с.
4. Сметанюк О. А. Проблеми фінансового забезпечення відтворення основних засобів / О. А. Сметанюк, А. В. Базалицька // Економічний простір: Збірник наукових праць. – № 59. – Дніпропетровськ: ПДАБА, 2012. – С.259-264.
5. Шкробот М. В. Сутність та основи функціонування системи управління фінансовими ресурсами підприємств / М. В. Шкробот // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2011. – №3. – С. 236-240.

Аліна Володимирівна Шастун – студентка групи МОЗ-14-мс, факультет менеджменту, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: alina-foreva@mail.ru

Науковий керівник: **Сметанюк Олена Анатоліївна** – к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту та моделювання в економіці, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Shastun Alina – Department of Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnitsa, e-mail: alina-foreva@mail.ru

Supervisor: **Smetaniuk Olena A.** – PhD in Economics, docent, docent of Department of Management and Simulation in Economics, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.

ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ АЛЬТЕРНАТИВНИХ ІНВЕСТИЦІЙ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Визначені особливості альтернативного інвестування, а саме шляхи та методологія інвестування в іпотечні цінні папери, ф'ючерси, опціони, хедж фонди і т.д. Наведені конкретні приклади та стратегії для захисту інвестиційного портфелю від систематичних та несистематичних ризиків.

Ключові слова: ринок, товари, ризик, інфляція, диверсифікація, інвестиції, альтернатива, валюта.

Abstract

The paper covers the major alternative investment tools, enabling to diversify one's portfolio, mitigate the risk and primarily save money when inflation occurs. There will be shown up the way how investment in commodities, options, real estate or private equity may yield the best percent

Keywords: investment, alternative, REIT, derivative, option, venture capital, hedge funds, FX.

Вступ

В сучасному світі перед інвестором постає нелегке питання: куди вкласти власні кошти та як максимізувати прибуток від портфелю інвестицій. Зазвичай портфель містить акції, облігації, готівку, які являються базовими активами та альтернативні активи, які є дещо неліквідними, або мають негативну кореляцію з акціями, тощо. Питання сутності та застосовування стратегій альтернативних інвестицій були розглянуті такими науковцями, як М. Вітвіцький, О. Авдюшкін, А. М. Афанасьєв, О. Е. Чорна та ін. Проте тема альтернативних інвестицій потребує більше уваги та більш глибокого аналізу.

За основу було покладено виявлення та аналіз підходів до диверсифікації інвестиційного портфелю за допомогою нетрадиційних активів та обґрунтування можливих шляхів зменшення ризику.

Результати дослідження

На першому етапі, слід визначитися, що таке альтернативні інвестиції, їх переваги, недоліки; отже альтернативні інвестиції – це нефінансові активи, які дозволяють збільшити прибутковість і знизити кореляцію інвестиційного портфелю до фондового ринку [1].

Альтернативні інвестиції розподіляються за такими категоріями, як:

– Фінансові активи, які не належать до будь-яких видів боргових або ділових інструментів фінансового ринку, а саме:

– Венчурні (ризикові) інвестиції в компанії, які були утворені нещодавно. Такі інвестиції мають досить високою часткою ризику, але одночасно і потенційно високим рівнем доходу;

– Ф'ючерси. Прибутковість по фондам ф'ючерсів, що здійснюють операції виключно за ф'ючерсними біржовими контрактами купівлі-продажу базових активів на ринках цінних паперів і товарних ринках, незалежна від умов, що впливають на ці ринки;

– Хедж-фонди – це об'єднання інвесторів, зазвичай реєструються в офшорних зонах з умовою приватного партнерства. У деяких випадках прибутковість таких фондів досягає 300%;

– ETFs (exchange-traded funds) – це інвестиції в фонди, структура яких прив'язана до індексування певної сфери: промисловості, регіону або ринку. Цей інструмент має досить вільний обіг на біржі.

Друга категорія альтернативних інвестицій – матеріальні активи:

– Будь-які вкладення в активи арт-ринку;

– Вкладення в дорогоцінні метали. Цей вид інвестицій має на увазі собою вкладення в усі види дорогоцінних металів і каменів згідно загальновизнаної класифікації. Найбільш надійними є вкладення в золото;

- Нерухомість, а саме REIT, акції фондів, через які здійснюють кредитування сектору будівництва чи інвестують безпосередньо в будівництво лікарень, університетів, здачу їх в оренду;
- Ресурси. Інвестиції в вироблення або переробку природних ресурсів: нафти, газу, деревини, вугілля та інших [2].

Ці активи є особливо корисними у довгостроковій перспективі, тому що економіка розвивається циклічно: після кризи спостерігається збільшення доходів над витратами, Національний банк піднімає відсоток, оскільки в країні стає більше заможних людей, котрі готові платити за кредит більше – поживаються інвестиції. Проте коли настає критична точка, спочатку падає ринок облігацій, а потім і акцій (традиційні активи); в свою чергу, ринок альтернативних інвестицій значно зростає [3]. Оскільки, на ринку не має впевненості, що буде далі, такий обвал може знищити увесь портфель, якщо диверсифікація не включатиме, наприклад, REITs чи ETFs.

Будь-який інвестор, формуючи портфель, перш за все повинен керуватися принципами раціонального підходу при розміщенні своїх коштів. Необхідно враховувати безліч різних чинників, які можуть вплинути на фактичну доходність портфеля, а також властивий йому рівень ризику. Добре диверсифікований портфель має тільки систематичним ризик, в той час як несистематичний, неринковий ризик в подібному портфелі повністю відсутній.

Однак використання альтернативних інвестицій, внаслідок їх негативної кореляції з ринком, може скоротити і рівень загального, систематичного ризику інвестиційного портфеля. Таким чином, включення альтернативних вкладень в інвестиційну стратегію створює додаткову можливість диверсифікувати ризик в цілому по портфелю [4]. До того ж додаткова диверсифікація і підвищення рівня очікуваної прибутковості можуть бути досягнуті завдяки доступності більш широкого вибору нових інвестиційних інструментів і ринків, представлених подібними активами. Проте, приймаючи рішення про включення альтернативних інвестицій в структуру портфеля, необхідно враховувати неліквідну сутність для їх більшості, а також ряд інших загальних характеристик, розглянутих раніше.

З огляду на цей аспект, частка активів, що представляють альтернативні інвестиції, в портфелі не повинна перевищувати 10% від загального обсягу інвестицій. Така стратегія обґрунтовується припущенням, що інвестор має короткий або середній інвестиційний горизонт, а також необхідність в ліквідності активів, що складають портфель [5].

Висновки

По завершенню, варто зазначити, що альтернативні інвестиції, які представлені певними активами в загальному інвестиційному портфелі, приносять додаткову диверсифікацію при вмілому використанні властивості слабкої або негативної кореляції з ринком. Завдяки цьому також стає можливим отримання прибутковості по альтернативних інвестицій в будь-яких ринкових умовах.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Вітвіцький М. Альтернативные инвестиции и дополнительная диверсификация [Текст] / М. Вітвіцький. – М.: Портфельный инвестор, 2008. – 16 с.
2. Портал трейдеров [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://utmagazine.ru/posts/8411-alternativnye-investicii>
3. Несен Л. М. Активізація дифузії технологічних інновацій через залучення іноземних інвестицій в регіон [Текст] / Л. М. Несен, Ю. І. Богачук, В. Г. Борисенко // Проблеми формування конкурентоспроможності підприємств за умов нестабільності світової економіки: Матеріали доповідей Всеукраїнської науково-практичної конференції. – Вінниця : УНІВЕРСУМ-Вінниця, 2009. – С. 33-37.
4. Alan R. Portfolio Theory&Financial Analysis: Exercises / R. Alan. - Louisiana State University Press.-2001.- 73 p.
5. SCHWESERNOTES TM. 2015 CFA level 1 book 5: fixed income, derivatives and alternative investments. – Kaplan, Inc. - 2014. -247 p.

Андрій Юрійович Іорданов – студент групи МОЗ-12, факультет менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: andreyhulkw@mail.ru

Науковий керівник: **Несен Леонід Миколайович** – к.т.н., доцент, доцент кафедри менеджменту та моделювання в економіці, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Iordanov A. U. – Department of Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnitsia, e-mail: andreyhulkw@mail.ru

Supervisor: **Nesen L. D.** – PhD in Technical, docent, docent of Departmen of Management and Simulation in Economics, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ УКРАЇНСЬКОЇ МОЛОЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ НА ЗАКОРДОННИХ РИНКАХ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Розкрито проблему контролю за якістю молочної продукції та показано необхідність забезпечення молокопереробних підприємств високоякісною сировиною, яка відповідає міжнародним стандартам. Обґрунтовано можливі шляхи підвищення конкурентоспроможності товаровиробників ринку молока та молокопродуктів.

Ключові слова: молоко, молочна сировина, молочна продукція, якість, молокопереробні підприємства, міжнародні стандарти, переробка сировини, конкурентоспроможність.

Abstract

In the article the problems of quality control of dairy products are disclosed and necessity of providing of dairy enterprises with high quality raw materials according to requirements of international standards. Possible ways to improve the competitiveness of producers market in milk and milk products were substantiated as well.

Keywords: milk, suckling raw material, suckling products, dairy enterprises, international standards, processing of raw material, competitiveness.

Вступ

Молочна галузь – складова харчової промисловості, яка займає важливе місце в економіці держави та забезпеченні населення продуктами харчування. Спрямованість економіки України на ринкові засади господарювання та прагнення держави приєднатися до європейського співтовариства зумовлюють пошук шляхів виходу української молочної продукції на зовнішні ринки збуту, підвищення конкурентоспроможності вітчизняної продукції молочної галузі, проведення політики протекціонізму та захисту вітчизняного споживача від надто дорогої та неякісної імпоротної молочної продукції [1]. Однак Україні буде вкрай важко знайти своє місце на цьому досить структурованому ринку, адже за останні два десятиліття внаслідок спаду внутрішнього виробництва молока було втрачено значні його сегменти. Окрім цього, внутрішнє виробництво молочної сировини не задовольняє у повній мірі внутрішніх потреб молокопереробних підприємств, про що свідчить статистика зростання імпорту молока і молочних продуктів останніми роками [2].

З огляду на це виникає необхідність наукової оцінки сучасного стану розвитку ринку молока з метою обґрунтування перспективних напрямів розвитку молочної галузі та виявлення проблем молокопереробних підприємств при виході на зовнішні ринки [1].

Результати дослідження

Проблемним є стан ринку молочної продукції вже десятки років, впродовж всього пострадянського періоду. Про негативний стан ринку молочної продукції свідчать наступні тенденції:

- скорочення поголів'я молочного стада і виробництва молока загалом у порівнянні із 1990 р. на даний час практично вдвічі (у 1990 р. вироблялося 24,5 млн. т молока, тоді як в останні роки – 11,0-12,0 млн. т);
- зниження рентабельності галузі із більше ніж 30% (1990 р.) до збиткового рівня (-23,5% у 1995 р., -6,0% у 1999 р., близьке до нульової рентабельності на 2012-2013 pp.);
- різкого погіршення якості сировини та загалом продукції;
- зменшення споживання молочної продукції в Україні (близько 220 кг в рік на 1 особу або близько 50% від науково обґрунтованої норми в останні роки, тоді як у 1990 р. – 373 кг);
- наявності високих ризиків експорту продукції через політичні фактори;
- значного технологічного відставання галузі;
- високій собівартості виробництва та переробки молока;
- низької інвестиційної привабливості галузі [3].

Слід зазначити, що останніми роками на ринку молока й молокопродукції відбулися істотні зміни у його сегментації. Великі підприємства витіснили малі [4]. Так, переробкою молока на Україні займається більше 300 підприємств, проте майже 80% ринку контролює 50 підприємств, значна частина яких входить до складу великих холдингів [3]. Великі підприємства реалізують у магазинах свою продукцію за високими цінами й мають високий рівень завантаженості та рентабельності. У молокозаводів з високим рівнем диверсифікації продукції рівень рентабельності виробництва у 5-7 разів вищий, ніж на заводах, які виробляють лише масло й сир. Великі молочні заводи формують свою сировинну зону з відповідно великих молокопродукуючих підприємств, не знижуючи при цьому закупівельної ціни. Відповідно, вони мають змогу одержувати якіснішу молочну продукцію й заощаджувати на транспортуванні її на переробку [4].

Розглянемо проблеми забезпечення якості молочної продукції відповідно до європейських вимог. Під час інспектування представники ЄС виявили невідповідність української системи ветеринарно-санітарного контролю при виробництві молочної продукції європейським стандартам. Попри те, що у деяких країнах ЄС спостерігається перевиробництво молока, експерти переконані, що українські молочні продукти можуть бути конкурентоспроможними через свою дешевизну. Українських молокопереробників приваблює можливість постачання в Євросоюз – другий за місткістю ринок у світі після США, де ціни на молочну продукцію у декілька разів вищі, ніж в Україні. Країнам ЄС дозволено імпортувати тільки молоко екстракласу. В Україні його виробляють трохи більше 1 %, тому потрапити на європейський ринок зможуть лише кілька молокопереробних підприємств. Якщо ці переробні підприємства витримують європейську перевірку, то українські молочні продукти можуть зайняти нішу на європейському ринку в сегменті дешевого молока [5].

Високорозвинуті країни, такі як Франція, Німеччина, Італія та інші члени ЄС, що досягли достатнього рівня виробництва і споживання молочної продукції в останні роки, як правило, стали на шлях стабілізації виробництва, або навіть деякого скорочення його обсягів. Особливо зросли вимоги до якості молочних продуктів – останнім часом надається перевага свіжим, чистим, корисним, виробленим в екологічно безпечному навколишньому середовищі, зручним у використанні та споживанні. Молочно-сировинна база в Україні за якісними показниками далеко відстає від європейських країн [1].

Експерти зазначають, що перешкодою на шляху до ринку ЄС може стати відсутність в Україні системи виробництва молока, оскільки в Україні понад 70 % цього продукту заготовляють селяни вдома. Такої практики в ЄС не існує, тому довести європейським контролерам, що за українським молоком є належний контроль, буде вкрай складно, вважають експерти. Були питання в європейських фахівців і щодо якості молочної сировини, а також готової молочної продукції. Українські підприємства використовують молоко з вмістом бактерій, вищим за допустимі в ЄС норми. "Деякі виробники молочної сировини, щоб зберегти його (від скисання), додають антибіотик хлорамфеникол (левоміцетин), який заборонений і українським законодавством. Крім того, Міністерство охорони здоров'я не контролює наявність у продуктах небезпечних забруднювачів, таких як діоксин, бензапирен і трансізмери ненасичених жирних кислот [5].

Інша відмінність полягає в тому, що оцінюється наша продукція за вмістом жиру, а не білка, як на Заході. Наявність жиру і білку залежить від якості кормів: соковитих, грубих та концентрованих, а також біодобавок. Оптимальне їх співвідношення в раціоні – запорука одержання молока високого гатунку [1].

Таким чином, важливим фактором, який впливатиме на розвиток молочного ринку в Україні, є ціна як на сировину, так і на готову продукцію. Також до проблем, що вплинуть на подальший розвиток галузі, слід віднести відсутність гнучкої програми кредитування проектів, пов'язаних з будівництвом і реконструкцією ферм, вирощуванням молодого поголів'я худоби, недолік фахівців у галузі агрономії, ветеринарії, застосування малоефективних стратегій просування товарних марок, недостатня диверсифікація продукції [6].

Запровадження успішного та конкурентоспроможного молочного бізнесу на світових ринках можливе для вітчизняних виробників за умови постійного контролю за ефективністю господарювання, а саме впровадження новітніх технологій, які дозволять нарощувати виробничі потужності та підвищувати якість продукції, що наблизить її до європейських стандартів. Таким чином, при виході вітчизняних підприємств молочної галузі на зовнішні ринки необхідно здійснювати ґрунтовний аналіз існуючих бар'єрів та запроваджувати напрями їх подолання [1].

Висновки

Ринок молочної продукції України є досить перспективним, оскільки є потенціал росту споживання і можливості виходу на найближчі експортні ринки країн МС та СНД, а у перспективі – ЄС та третіх країн. Для досягнення вищезазначеного потрібно підвищити конкурентоспроможність. Підвищити конкурентоспроможність вітчизняного молока та молочних продуктів можна, виробляючи і постачаючи високоякісну сировину для переробки, за рахунок створення власної сировинної бази шляхом розбудови ефективно діючих молочних кооперативів та оптимальної логістичної системи молочного ринку. Це дозволить виробляти молочну продукцію високої якості, а також стане важливим чинником при ціноутворенні на ринку молочної продукції.

Також для успішного розвитку молочної індустрії в Україні бракує адекватної та стабільної державної підтримки, яка має здійснювати відповідні заходи та формувати політику, спрямовану на подолання кризових явищ у тваринництві та його розвиток, а також підтримку переробників молока.

Отже, налагодження зовнішньоекономічних зв'язків та ведення успішного і конкурентоспроможного молочного бізнесу на світових ринках можливе для вітчизняних виробників за умови постійного контролю за ефективністю господарювання, підвищення якості продукції та наближення її до європейських стандартів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. П'ятак Т.В. Проблеми виходу підприємств молочної галузі на зовнішні ринки [Текст] / Т.В. П'ятак, В.О. Ігумнова // Вісник національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут». – 2013. – №7. – С. 101-108.
2. Потенціал українського молока на світовому ринку. Газета "Агробізнес сьогодні" [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.agro-business.com.ua/ostannia-vip-novyna/4669-potentsial-ukraiinskogo-moloka-na-svitovomu-rynku.html>
3. Обґрунтування функціональності ринку молочної продукції в Україні [Текст] / О. В. Мороз, Н. П. Карачина, Л. М. Несен, Л. С. Філатова // Економіка. Фінанси. Право. – 2014. – № 12/1. – С. 8-13.
4. Черевко Д. Підвищення конкурентоспроможності молокопереробних підприємств на основі сегментації ринку молока та молокопродукції / Д. Черевко [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://base.dnsgb.com.ua/files/journal/Visnyk-Lvivskogo-Nats-agrar-univer/APK/2010_2/files/10chdmms.pdf
5. Чухрай Н. І. Проблеми виходу українських підприємств на європейський ринок [Текст] / Н. І. Чухрай, Л. Є. Сухомлин // Вісник національного університету «Львівська політехніка». – 2010. – № 684. – С. 90–94.
6. Лозовик Д. Б. Національні тенденції розвитку ринку молока і молочних продуктів [Електронний ресурс] / Д. Б. Лозовик // Електронне наукове фахове видання "Ефективна економіка". – 2014. – Режим доступу: // <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3121>

Анна Олександрівна Марчук – студентка групи МОЗ-12, факультет менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: marchuk.anna@mail.ru.

Науковий керівник: **Несен Леонід Миколайович** – канд. техн. наук, доцент кафедри менеджменту та моделювання в економіці, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Anna Marchuk O. – Department of Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: marchuk.anna@mail.ru.

Supervisor: **Nesen Leonid M.** – PhD in Technical, docent, docent of Department of Management and Simulation in Economics, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.

ЯК МОТИВУВАТИ ІННОВАТОРІВ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Розкрито особливості мотивації інноваційної діяльності персоналу підприємства та процеси формування інноваційної культури, як головної передумови постійного інноваційного розвитку.

Ключові слова: мотивація персоналу, інноваційна діяльність, мотивація інноваційної діяльності, інноваційна культура підприємства

Abstract

The paper explores the features motivation of innovation activates the workers in the enterprise and the process of forming innovation culture as the main prerequisites for the sustainable innovation development

Keywords: staff motivation, innovation activates, motivation of innovation activates, innovation culture of enterprise.

Вступ

У науковій літературі описано велику кількість підходів до визначення інновації.

Метою дослідження є аналіз сучасних тенденцій щодо мотивації інноваторів та виявлення найбільш прогресивних підходів в цій сфері.

Темпи і масштаби інформаційних, технічних та глобалізаційних процесів за останні п'ятдесят років мали значний вплив на зміни змісту, умов та характеру праці. Інноваційна діяльність персоналу виступає одним з пріоритетних напрямів управління на підприємстві це відбувається внаслідок пріоритетності в розвитку світової економіки напрямків науково-технічних досягнень та інновацій в інформаційній та технологічних сферах.

Результати дослідження

Зазвичай, деякі автори інноваційну діяльність фірми зводять до освоєння нових продуктів і технологій. Теоретичною основою міркувань щодо інновація може слугувати визначення Й. Шумпетера: "...непостійне проведення нових комбінацій у випадках впровадження нового товару; нового методу виробництва; відкриття нового ринку; оволодіння новим джерелом сировини або напівфабрикатів і проведення нової організації" [1]. Питання сутності та оцінки інновації в соціоекономічній діяльності досліджуються в працях В. Кременя, В. Базилевича, Ю. Бажала, О. Білоруса, Ю. Осипова, Б. Санто та ін. Зокрема, розглядаються різні підходи до розуміння інновації як умови цивілізаційного прогресу.

Як вітчизняній, так і світовій літературі властива багатогранність поглядів на сутність поняття «інновація». І це не дивно, бо як зауважив відомий американський футуролог Елвін Тоффлер, серед проблем, з якими стикається бізнес, немає важливішої і складнішої, ніж проблема нововведень. На думку Б. Санто, інновація — це такий суспільно-техніко-економічний процес, який через практичне використання ідей та винаходів приводить до створення кращих за своїми якостями виробів, технологій та дає прибуток (у разі, коли інновація орієнтована на економічний зиск), її поява на ринку може принести додатковий дохід [2].

На сьогоднішній день у складному соціально-економічному середовищі, слід постійно створювати і впроваджувати різноманітні інновації для забезпечення ефективної діяльності у ринковій економіці. Необхідність інноваційної діяльності зумовлена загальною закономірністю розвитку та прогресу індивідуального й суспільного відтворення. Як стимулювати інноваційну діяльність та формувати інноваційну культури таким чином, щоб цей процес був передумовою постійного інноваційного розвитку?

Як свідчать дослідження, мотиви інноваційної діяльності можуть бути досить різними. У структурі мотивації персоналу виділяють внутрішню та зовнішню складові. До внутрішньої

мотивації відносять потреби в самовираженні й бажання якось проявити себе, отримати похвалу, визнання, захопленість розумовим, часто рутинним процесом і, зрештою, задоволення потреби пізнання та самоудосконалення [3]. Тобто найважливішими мотивами інноваційної творчої діяльності є внутрішні пізнавальні мотиви. Хоча занадто велика захопленість творчим процесом передбачає в собі й певний негативний момент. Винагорода, похвала, прагнення бути у колі найбільш сильних і сміливих, передових, бути найкращим на рівні здорового глузду важко диференціювати: “Геній завжди передбачає в людині прагнення слави, яка робить його нечутливим до всякого роду побажань, відкриває його душу лише для пристрасті пізнання” [4].

Фінські вчені Мануель Кастельс і Пека Хіманан стверджують той факт, що хоч інноваційна діяльність громадян переважно залежить від грошей, особистості мають забезпечити собі принаймні мінімальний рівень життя, щоб бути в змозі вкладати свою енергію в інноваційний процес. По-перше, це матеріальне стимулювання у вигляді заробітної плати, доплат, премій тощо [4]. У більшості західних компаній поширено три моделі стимулювання праці: Перша модель – безпреміальна, при якій функцію стимулювання праці виконує заробітна плата. Друга модель – преміальна. Вона передбачає виплати, величина яких пов'язана з розміром доходу або прибутку підприємства. Третя модель – преміальна, у якій розміри премій встановлюються з врахуванням індивідуальних результатів праці. Останнім часом у зв'язку зі зростанням продуктивності праці все частіше використовуються системи групового преміювання працівників [5].

По-друге, це трудова мотивація яка виражена, з одного боку, у підвищенні рівня відповідальності, самостійності при вирішенні виробничих завдань, розвитку комунікаційних зв'язків у колективі, вдосконаленні організації праці на робочому місці, а з іншого боку, у самовираженні та самореалізації працівника. По-третє, це статусна мотивація, яка характеризується суспільним визнанням виробничих заслуг працівника, бажанням мати професійний та моральний авторитет, бути неформальним лідером у колективі. Впровадження на підприємстві системи матеріального стимулювання інноваційної діяльності персоналу передбачає застосування процедури економічного обґрунтування матеріальних виплат різних форм [4].

Висновки

Отже, інноваційна діяльність персоналу виступає одним з пріоритетних напрямів управління на підприємстві. Інноваційна праця стає визначальною в сучасних умовах розвитку ринкових відносин, без якої національна інноваційна система не зможе ефективно функціонувати. Моральне стимулювання, займаючи вагоме місце в системі мотивації інноваційної діяльності персоналу підприємств, повинно ефективно поєднуватися з матеріальним стимулюванням. В свою чергу гідний розмір винагороди за інноваційну діяльність сприймається працівниками не лише як засіб задоволення певних матеріальних потреб, а насамперед, як рівень визнання заслуг працівника.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Теория экономического развития: підручник [Текст] / Й Шумпетер. – М.: Экономика, 1982. – 456 с.
2. Бібліотека економіста [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://library.if.ua/book/4/463.html>
3. Державна служба: парадокси дослідження: Зб. наук. праць УАДУ [Текст]. – Вип. 2 : в 4 т. – Ч. 3./ Редкол.: Т. Пахомова / Вид-во УАДУ, 2000. – 96 с.
4. Семикіна М.В. Інноваційна праця в конкурентному середовищі: загальна методологія, мотиваційні основи регулювання: монографія [Текст] / М.В Семикіна, Л.А. Коваль // Кіровоград. – «Степ». 2002. – 212 с.
5. Несен Л. М. Інноваційні підходи до системи оплати праці в посередницьких організаціях [Текст] / Л. М. Несен, В. В. Несен // Тенденції управління фінансовими та інноваційними процесами в умовах ринкових перетворень : матеріали міжнародної науково-практичної конференції. – Вінниця : ВНТУ, 2012. – С. 337-340.

Ірина Ігорівна Околіта – студентка групи МОЗ-12, факультет менеджменту, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: kolita3@rambler.ru

Науковий керівник: **Несен Леонід Миколайович** – к.т.н., доцент, доцент кафедри менеджменту та моделювання в економіці, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Okolita I.I. – Department of Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnitsa, e-mail: kolita3@rambler.ru

Supervisor: **Nesen Leonid M.** – PhD in Technical, docent, docent of Departmen of Management and Simulation in Economics, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.

РЕКЛАМНІ ТЕХНОЛОГІЇ НА БАЗІ СЕНСОРНОГО МАРКЕТИНГУ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Розкрито визначення категорії «маркетингові комунікації» та «сенсорний маркетинг» та проаналізовано його окремі елементи. Розглянуто рекламні методи впливу на споживача з використанням інноваційних технологій.

Ключові слова: маркетингові комунікації, сенсорний маркетинг, мультисенсорний брендинг, інноваційні рекламні технології.

Abstract

The article reviewed the definition of the category of «marketing communications» and «sensory marketing» and analyzed its separate elements. It also considered the advertisement methods of influence on a consumer with the use of innovative technologies.

Keywords: marketing communications, sensory marketing, multisensory branding, innovative advertisement technologies.

Вступ

У реаліях стрімкого розвитку ринку стає дедалі важче дослідити попит, сформувати чітке уявлення про уподобання споживачів та здійснити ефективний маркетинговий вплив на них. Не достатньо лише розробити новий товар, потрібно створити нову цінність для споживача та переконати його в якості даного продукту і здатності задовольняти існуючу потребу.

Для ефективного просування товару та утримання лідерських позицій, підприємства використовують нові ідеї, технології у товарах, послугах та процесах. У економічній літературі є досить багато публікацій вітчизняних та зарубіжних науковців, які присвячені питанням реклами. Серед них праці таких вчених як Д. Аакер, Дж. Бернет, І. Лук'янець, Ф. Котлер, Дж. Майерс, Т. Примака, Е. Ромат та інші.

Результати дослідження

Однією із складових процесу завоювання ринку є маркетингові комунікації. Маркетингова політика комунікацій – це наука, яка розглядає систему загальних настанов, критеріїв та орієнтирів сфери взаємовідносин між підприємствами та організаціями, з одного боку, та їхніми клієнтами, з метою досягнення маркетингових цілей [1].

У працях таких авторів, як Ф. Котлер та Т. Примака, маркетингові комунікації трактуються як інформаційно – психологічні зв'язки та комунікаційні процеси, що встановлюються для підтримування довготривалих взаємовигідних стосунків [2; 3].

У визначеннях авторів Дж. Бернет та І. Лук'янець маркетингові комунікації – це форма повідомлень або комунікаційні заходи, які використовує підприємство для інформування та нагадування споживачам про певні товари та послуги [1; 4].

Сенсорний маркетинг - це відносно нове поняття для маркетингових комунікацій, яке останнім часом стало нарощувати свої темпи розвитку. Ідея сенсорного маркетингу належить Мартіну Ліндстрому - знаменитому "будівельнику" брендів і консультанту корпорацій Disney, Mars, Pepsi, American Express, Mercedes-Benz, McDonald's, Microsoft. Ідея Ліндстрому - використовувати не тільки візуальне сприйняття бренду, але і підключити для цього всі п'ять органів почуттів людини.

У сенсорному маркетингу людські почуття - смак, нюх, зір, слух, дотик - поставлені на службу просування товарів. Мета сенсорного маркетингу - створити приємну атмосферу і розслаблюючу обстановку для покупця. Інструменти сенсорного маркетингу: різні звуки, запахи, кольори, текстури, що впливають на споживача. При їх дії у клієнта виробляється рефлекс-асоціація: певні музика чи відчуття відразу ж викликають спогади про конкретний бренд. Важливо, що споживач, не відчуває

сенсорного впливу і, як правило, не віддає собі звіт в тому, що за допомогою такого впливу його прагнуть стимулювати до бажаної для виробника поведінки.

Одночасне використання усіх органів чуття при створенні чіткого образу бренду та формуванні направленої комунікації отримало назву мультисенсорного брендингу. Визначення оптимального мультиплікативного впливу на органи чуття при реалізації концепції мультисенсорного брендингу можливе лише за умови детального аналізу окремих елементів сенсорного маркетингу [5].

Візуальний брендинг використовується маркетологами виходячи з того, що 70-80% інформації поступає до головного мозку людини через зір. Формування позитивного ставлення до бренду можливе за умови правильно обраної кольорової гамми. Ідентифікуючи бренд, споживачі асоціюють його з логотипом і, відповідно, з певними кольорами [6].

Тактильний маркетинг використовує характеристику товару чи послуги, яку можна відчутти на дотик. На противагу візуальній рекламі, яка у більшості випадків дратує споживачів своєю нав'язливістю, зазначений вид маркетингу дозволяє впливати на підсвідомість людей через тактильні відчуття. [7].

Аромат є одним з найпотужніших факторів, які впливають на споживчі вподобання клієнтів. Вирішенням зазначених питань займаються фахівці у сфері аромамаркетингу. Вплив на споживачів за допомогою ароматів дозволяє компанії створити особливу атмосферу, що сприятиме зростанню обсягів продажу, збільшити лояльність клієнтів та сформувати у їх свідомості стійкі асоціації між розробленими запахами та брендами.

З аромамаркетингом тісно пов'язаний смак, який у більшій мірі сприймається саме через запахи. У більшості випадків вплив на смакове сприйняття бренду обмежений продуктами харчування. Проте існують виключення, наприклад, у туристичних компаніях клієнтів пригощають льодяниками, смак яких створює асоціації з екзотичними країнами та у певній мірі сприяє прийняттю рішення щодо придбання туристичного продукту [6].

Іншим важливим інструментом просування товару виступає звук, оскільки він безпосередньо впливає на емоції споживачів. В основному увага зосереджується на виборі гучності та темпу музики.

Комплекс маркетингових комунікацій підприємства включає в себе ряд елементів: стимулювання збуту, зв'язки з громадськістю, рекламу і прямий продаж. Одним із центральних важелів впливу на споживачів є реклама, яку визначають як будь-яку платну неособистісну форму розповсюдження інформації про підприємство та його товар від імені конкретного замовника. Реклама може передаватись різними засобами розповсюдження, зокрема, на телебаченні, у пресі, на радіо, на місці продажу, в Інтернеті [8].

Крім традиційних рекламних методів впливу на кінцевого споживача існують також методи з використанням інноваційних технологій. Фахівці з маркетингу розробили рекламу, яка за ступенем ефективності перевершила традиційну. Перш за все, вона базується на використанні професійного технічного забезпечення, новітніх комп'ютерних технологій і нестандартних способів подачі інформації.

Істотні перспективи має технологія, розроблена компанією X3D Technologies Corporation - X3D video, суть якої - відеореклама в місцях масового скупчення людей. Увагу споживача приваблює тривимірне зображення, що містить рекламну інформацію. Не позбавлений уваги ще один нестандартний підхід в інформуванні споживача - технологія інтерактивної взаємодії Just Touch - завдяки великому сенсорному табло та легкому дотику, споживач може керувати функціями меню, та сам знайти потрібну йому інформацію щодо асортименту товару та його наявності. Наступним відкриттям стала технологія Ground FX, розроблена компанією GestureTek, яка дозволяє споживачеві не просто спостерігати за рекламним сюжетом, але й брати в ньому участь. «Новинкою» стала японська технологія Free Format Projection. Дана технологія проектує на будь-яку поверхню зображення персонажів чи об'єктів у натуральну величину, що створює відчуття їх присутності [9].

За рахунок нестандартного підходу і своєї новизни інноваційні рекламні технології приваблюють споживачів. Це дозволяє підтримувати конкурентоздатність, розширити ринки збуту, сприяє прискоренню обіговості коштів.

Висновки

Отже, одним з сучасних інструментів побудови ефективних комунікацій між брендом і споживачами є мультисенсорний брендинг, що займається почуттями споживачів і впливає на їх емоції, судження та поведінку, дозволяючи створити імідж, який буде пов'язаний з ідентичністю і

способом життя потенційних клієнтів. Сучасний споживач характеризується емоційною вимогливістю, що вимагає від компаній впровадження інноваційних стратегій, які дозволяють використовувати передові технології при реалізації маркетингових стратегій.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Лук'янець Т.І. Маркетингова політика комунікацій: [навч. посібник] / Т.І. Лук'янець – К.: КНТЕУ, 2000. – 380 с.
2. Котлер Ф. Основи маркетингу: початок / Ф. Котлер. - пер. з англ. вид. «Вільямс», 2005. – 656 с.
3. Примак Т.О. Маркетингові комунікації в системі управління підприємством [підручник] / Т.О. Примак. – К.: Експерт, 2001. – 387 с.
4. Бернет Дж. Маркетингові комунікації: інтегрований підхід / Дж. Бернет. – пер. з англ. під ред. С.Г.Божук. – СПб.: Питер, 2001. – 864 с.
5. Sensory Marketing: Using The Senses for Brand Building [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://marketingfaq.net/branding/sensory-marketing-and-branding/>
6. Офіційний сайт брендингового агентства «Регтайм» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.brandcreative.ru/>
7. Офіційний сайт компанії ScentAir [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.scentair.com/>
8. Чухрай Н.І. Маркетинг інновацій: [підручник] / Н.І. Чухрай. – Л.: Видавництво Львівської політехніки, 2011. – 256 с.
9. Школа рекламіста [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.advertiser-school.ru/>

Белан Ангеліна Вікторівна – студентка групи МОЗ-12, факультет менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: alysenka93@mail.ru

Науковий керівник: **Штовба Олена Валеріївна** – к.е.н., доцент, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця

Bielan Anhelina V. – Department of Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: alysenka93@mail.ru

Supervisor: **Shtovba Olena V.** — Associate Professor, PhD, Associate Professor on Department of management and economical modeling, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.

ПОНЯТТЯ І ЗНАЧЕННЯ КАТЕГОРІЇ «ЯКІСТЬ» В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Проаналізовано підходи до визначення категорії «якість», що дозволило сформулювати власне тлумачення цього поняття. Визначено фактори, які впливають на якість, та властивості якості продукції. Виявлено п'ять етапів становлення категорії «якість» в управлінні.

Ключові слова: якість, система управління якістю, конкурентоспроможність.

Abstract

In this article, we reviewed the definition of the category of "quality" and gave its interpretation of the concept. The factors of product quality and properties were described and also the 5 main phases of establishment of quality in management were reviewed.

Keywords: quality, competitive ability, quality control system.

Вступ

З кожним роком усе складніше і складніше доводиться підприємствам вести боротьбу за своє існування і визнання серед споживачів. Для виживання і розвитку фірмам в реальних умовах необхідно пристосовуватися до мінливих умов навколишнього середовища. Одним із найвпливовіших чинників зростання ефективності виробництва є підвищення якості продукції, що виробляється. Якість продукції є головною умовою «виживання» і ключем до успіху на ринку в умовах жорсткої конкуренції.

Результати дослідження

В ході дослідження було розглянуто декілька понять «якість». За О.С. Іваніловим під якістю продукції розуміють сукупність властивостей, що зумовлюють її здатність задовольняти певні потреби споживачів відповідно до свого призначення [1]. В Міжнародному стандарті ІСО 8402 наводиться таке визначення якості: «Якість - сукупність характеристик об'єкту, що стосуються його здатності задовольняти встановлені та передбачувані потреби» [2]. Розглянувши різні поняття терміну якість, доцільно зазначити власну позицію щодо трактування категорії якість. Отже якість як економічна категорія відображає сукупність технічних, технологічних, економічних, екологічних властивостей товару (продукції, послуги), що зумовлюють ступінь її здатності задовольняти потреби споживачів відповідно до свого призначення. З точки зору управління якість є такою характеристикою діяльності підприємства, яку постійно потрібно підтримувати на належному рівні, аби зберегти конкурентоспроможність підприємства.

На сьогодні забезпечення належної якості продукції є вимогою часу, адже неякісний товар не може задовольняти споживача, як це було за умов командно-адміністративної системи. У нинішніх умовах споживач продукції є регулятором рівня її виробництва і попиту на ринку.

Аналіз літератури [3], [4] свідчить, що підвищення якості продукції є результатом впливу таких чинників, як:

- активне прагнення підприємств до оперативного використання досягнень науково-технічного прогресу;
- ретельне вивчення вимог внутрішнього і міжнародного ринків, а також потреб різноманітних категорій споживачів;
- інтенсивне використання творчого потенціалу персоналу через навчання, виховання, систематичне підвищення кваліфікації, різноманітну мотивацію матеріального та морального характеру.

Згідно з [5] важливими характеристиками якості для оцінки її рівня щодо окремого продукту є:

- 1) технічний рівень, що відбиває матеріалізацію в продукції науково-технічних досягнень;

2) естетичний рівень, що характеризується комплексом властивостей, пов'язаних з естетичними відчуттями і поглядами;

3) технічна якість, що припускає гармонійне ув'язування передбачуваних і фактичних споживчих властивостей в експлуатації виробу (функціональна точність, надійність, тривалість терміну служби).

З розвитком виробництва змінювалися й удосконалювалися форми й методи організації управлінської діяльності із забезпечення якості. В ході еволюції документованих систем якості, навчання, мотивації та партнерських відносин прийнято виділяти п'ять основних етапів. Зазвичай у економічній літературі [6], [7] їх представляють як п'ять зірок якості (рис. 1).

Перша зірка представлена системою Тейлора й передбачає становлення вимог до якості виробів у вигляді певних шаблонів, налаштованих на верхній та нижній критерій. Успіх функціонування даної системи забезпечувався технічними контролерами, системою мотивації у вигляді штрафів та звільнення з роботи за допущення браку. Система навчання передбачала професійне підвищення кваліфікації, здобуття навиків роботи з вимірювальним і контрольним устаткуванням. Взаємовідносини виробників (постачальників) та споживачів регламентувалися вимогами технічних умов (ТУ), при чому якість продукції перевірялась на виробничій стадії при вихідному та вхідному приймальному технічному контролю. Всі зазначені вище особливості системи Тейлора робили її системою управління якістю для кожного окремо взятого виробу.

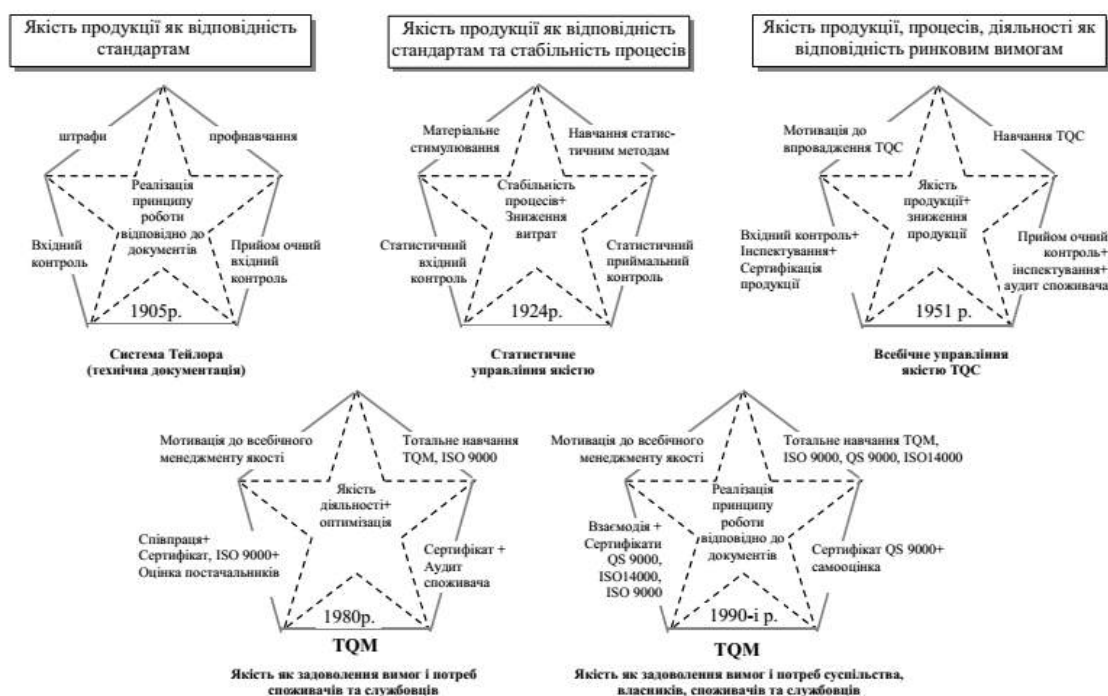


Рис. 1. П'ять зірок якості [6], [7]

Друга зірка демонструє ускладнення механізму управління якістю конкретного продукту механізмом управління процесами за рахунок включення статистичних служб, посади інженера з якості, перенесення акценту на попередження дефектів, мотивації точності налаштування процесу, аналізу контрольних карт, вибудовування відносин із зовнішнім середовищем на основі стандартних таблиць та статистичного приймального контролю.

Третьою зіркою позначено етап появи документованих систем якості, якими передбачалася взаємодія та розмежування повноважень і відповідальності фахівців служб якості та керівництва підприємства щодо забезпечення й контролю якості продукції. Мотиваційний акцент змістився в бік морального стимулювання людей (визнання їх праці колегами і керівництвом, турбота фірми про майбутнє працівника, страхування й підтримка родин). Взаємовідносини між споживачем та постачальником починають передбачати сертифікацію продукції третьою стороною; посилилися договірні гарантії.

Четверта зірка демонструє перехід від тотального управління якістю до тотального менеджменту якості (TQM) як комплексної системи, орієнтованої на постійне поліпшення якості, мінімізацію виробничих витрат і постачання точно в строк. На цьому етапі виникла ціла система міжнародних стандартів якості, а саме стандарти ISO 9000 (1987 р.), що мало істотний вплив на менеджмент забезпечення якості. Особливістю системи є постійна участь у поліпшенні якості всього колективу. Навчання стає тотальним і безперервним, протягом усієї трудової діяльності та стає частиною мотивації працівників.

Етап, позначений п'ятою зіркою, характеризується посиленням взаємних впливів споживачів (суспільства) й виробників (підприємств), що зумовило необхідність запровадження стандартів ISO 14000 (серія міжнародних стандартів зі створення системи екологічного менеджменту та безпеки продукції), QS-9000, ISO 9001:2008, згодом – ISO/TS 16949. На цьому етапі зросла роль гуманістичної складової якості. Головним досягненням цього етапу є впровадження зазначених стандартів, а також застосування методів самооцінки за критеріями Європейської премії з якості [8].

Висновки

Отже, проведене дослідження засвідчило, що якість як комплексне управлінське поняття зазнає впливу різних факторів і відображає ефективність всіх сторін діяльності суб'єктів господарювання. З розвитком суспільного виробництва зміст категорії «якість» поступово ускладнюється і на сьогодні набуває нового тлумачення в господарській діяльності підприємств.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Іванілов О.С. Економіка підприємства : [навч. посібник] / О.С. Іванілов. – К. : КНЕУ, 2003. – 345 с.
2. Стандарти ІСО [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.iso.org/iso/ru/home/standards.htm>
3. Ткачук Л.М. Якість продукції: методологічні та прикладні аспекти [Електронний ресурс] / Л.М. Ткачук // Ефективна економіка. – 2013. – №5. – Режим доступу : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2018>
4. Мороз О. В. Організаційно-економічні фактори управління якістю на підприємствах : монографія / О. В. Мороз, Л. М. Ткачук. – Вінниця : УНІВЕРСУМ-Вінниця, 2005. – 137 с
5. Основи теорії якості [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://studopedia.org/3-169187.html>
6. Мишин В.Н. Управление качеством: [учеб.пособие] / В.Н. Мишин – М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 300с.
7. Харрингтон Дж.Х. Управление качеством в американских корпорациях / Дж.Х. Харрингтон; сокр. пер. с англ. – М.: Экономика, 1990. – 271 с.
8. Труш Ю. Я. Обґрунтування основних шляхів підвищення управління якістю продукції / Ю. Я. Труш // Формування ринкових відносин в Україні. – 2011. – № 8. – С. 91-94.

Ольга Олександрівна Ладика – студентка групи МОз-12, факультет менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: ollysi4ka@ukr.net

Науковий керівник: **Благодир Лілія Миколаївна** – к.е.н., доцент кафедри менеджменту та моделювання в економіці, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Olga Ladyka – Department of Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: ollysi4ka@ukr.net

Supervisor: **Blagodyr Lilija M.** – Associate Professor, PhD, Associate Professor on Department of management and economical modeling, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.

РОЛЬ СОЦІАЛЬНИХ ФУНКЦІЙ У ДІЯЛЬНОСТІ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Визначено роль соціальних функцій у діяльності підприємства. Розкрито сутність соціальної відповідальності на закордонних підприємствах.

Ключові слова: соціальна відповідальність, соціальна ініціатива, соціальні проблеми.

Abstract

The role of social functions in the enterprise. The essence of social responsibility for foreign enterprises.

Keywords: socially responsible, social initiatives, social problems.

Вступ

Насьогодні є декілька трактувань того, що входить в поняття соціальної відповідальності бізнесу, хто є суб'єктом соціальної відповідальності, як співвідносяться соціальна відповідальність бізнесу та соціальна відповідальність держави, яка роль окремих індивідів у формуванні відповідального співтовариства.

Результати дослідження

У країнах з демократичними традиціями і розвиненим громадянським суспільством склалася стійка практика соціально відповідального бізнесу (Англія, США, Німеччина, Скандинавські країни). Основні моделі соціально відповідального бізнесу: англо-американська, європейська, змішана, а також модель "бізнес відповідає за все".

Англо-американська модель. Відповідальність бізнесу перед суспільством виражається в створенні робочих місць і забезпеченні їх ефективного використання через механізми гнучкої заробітної плати, а також у створенні сприятливих умов праці та виплати високих податків. Оскільки англо-американське підприємництво засноване на етиці протестантизму і максимальної свободи суб'єктів, багато сфер суспільних відносин залишаються саморегульованими. До них відносяться сфера трудових відносин (працівник – роботодавець), яка регулюється двостороннім договором, і добровільне медичне страхування.

У той же час в США, наприклад, розроблені різні механізми участі бізнесу в соціальній підтримці суспільства через корпоративні фонди, націлені на вирішення різноманітних соціальних проблем (спонсорування професійної освіти, пенсійних і страхових сфер для персоналу).

Відповідальна соціальна діяльність та благодійність корпорацій заохочуються відповідними податковими пільгами, закріпленими на законодавчому рівні.

У європейській моделі бізнес платить великі податки, а держава на ці кошти реалізує соціальні програми для населення. Західноєвропейські суспільства мають розвинені системи грошової допомоги; їх охоплення і розміри значно відрізняються від країни до країни, проте лише в небагатьох країнах сформувалася система підтримуваних державою соціальних послуг в обов'язі, який спостерігається в Скандинавських країнах (Швеція, Норвегія, Данія, Фінляндія).

Корпоративна соціальна відповідальність набула широкого застосування в останні роки у зв'язку з розвитком великого бізнесу. Ця модель орієнтує бізнес на три сфери прояву соціальної ініціативи: економіку, зайнятість і охорону навколишнього середовища. Відповідальність бізнесу поширюється на умови праці, заробітну плату, виплату дивідендів акціонерам, випуск якісної продукції, надання послуг, охорону навколишнього середовища, зайнятість в конкретному регіоні, реалізацію соціальних ініціатив населення. Відповідальність, пов'язана з реалізацією регіональних соціальних проблем, здійснюється через конкурсні гранти спільно з місцевим самоврядуванням.

Корпоративна діяльність, як правило, регулюється нормами, стандартами і законами відповідних держав. У багатьох європейських країнах законодавчо закріплені обов'язкове медичне страхування, пенсійне регулювання і природоохоронна діяльність підприємств.

Висновки

В даний час основним міжнародним стандартом, що регламентує відношення бізнесу і суспільства, є міжнародний стандарт "Керівництво із соціальної відповідальності". Відповідно до цього стандарту соціальні зобов'язання повинні бути інтегровані в діяльність організацій.

Згідно з міжнародними стандартами обов'язковими для соціальної відповідальності бізнесу є правила корпоративної поведінки, які розробляються у вигляді кодексів поведінки і кодексів ділової етики, а також соціальні звіти.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Arizkuren Eleta Amaia Підхід до неоднозначної концепції соціальної відповідальності бізнесу / Arizkuren Eleta Amaia. – 1995.
2. Гарсія Ечеваррія Сантьяго Соціальна відповідальність і соціальний баланс / Гарсія Ечеваррія Сантьяго. – Мадрид. – 1982.

Джефферсон Сарсоза – студент групи Моз-12, факультет менеджмент, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: mijeffer@hotmail.com.

Науковий керівник: *Мороз Олег Васильович* – доктор економічних наук, професор, професор кафедри менеджменту та моделювання в економіці, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Jefferson Sarzosa - student of group Moz-12, Department of Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: mijeffer@hotmail.com.

Supervisor: *Moroz Oleg V.* – Doctor of Economics, Professor, Professor of Department of Management and Simulation in Economics, Vinnytsia National Technical University, Vinnitsia.

APPLIED ASPECTS OF ENTERPRISE MATERIAL RESOURCES MANAGEMENT

Vinnytsia National Technical University

Анотація

Визначено сутність матеріальних ресурсів підприємства. Визначено ключову роль управління матеріальними ресурсами підприємства для забезпечення його стійкого розвитку.

Ключові слова: нейроэкономика, управлінське рішення, теорія прийняття управлінських рішень, нейромаркетинг, нейроменеджмент.

Abstract

The thesis deals with a theoretical essence of enterprise material resources. The role of enterprise material management in enterprise sustainable development is determined.

Keywords: material management, enterprise, efficiency.

Introduction

The basis for the effective enterprise performance at the market is provided by means of rational use of material resources. Therefore the improvement of material resources management is of vital importance for the modern enterprise.

Results

Economic activity of the firm or enterprise is indissolubly connected with the use of economic resources of different kinds : financial, material, labour, informative and others like that.

A considerable part in the structure of economic resources of the enterprise belongs to the material resources. Today there is a situation in economic literature, when authors use the concept of material resources, and also use it for the calculation of economic potential of enterprise, however there is no clear determination for it and a stable list of its components. An ambiguousness in determination of material resources components leads to the impossibility to define the value in term of material resources [1; 2].

Generalization of scientific literature testifies that there is a plenty of approaches that represent the variety of material resources properties [3]. At present a material resources concept is a general one and therefore has no practical application in an accounting. However, in other areas of economic science this concept has a wide use, without simultaneous clear determination of its constituents as well. Coming from it there is anecessity to define, which one objects enter in the complement of material resources. Determination of concept "material resources" is driven to most economic dictionaries

Taking into account the above mentioned, it is possible to assert that in the majority of cases the components of material resources include supplies presented in Chart of accounts for bookkeeping, except the products of agricultural production. In our opinion, it is necessary to include into the enterprise material resources the fixed assets either.

It provides a theoretical basis for the selection of three directions for the research of enterprise material resources improvement, namely technological, cost and social. Such approach gives an opportunity to define the factors that determine efficiency of material resources management.

So far we can define enterprise material resources management as an approach for planning, organizing, and controlling all those activities principally concerned with the flow of materials into an organisation.

Material resources management deals with campus planning and building design for the movement of materials or with logistics that deals with the tangible components of a supply chain. It specially covers the acquisition of square parts and replacements, quality control of purchasing and ordering such parts and the standards involved in ordering, shipping and warehousing the said parts.

The goal of material management is to provide an unbroken chain of components of production to manufacture goods on time for the customer base. The material department is charged with releasing materials to supply base, insuring that the materials are delivered on time to the company using the correct carrier. Materials are generally measured by accomplishing on time delivery to the customer, on time delivery from the

supply base, attaining a freight budget, inventory shrink management and inventory accuracy. The material department is also charged with the responsibility of managing new launches.

In some companies material management is also charged with the procurement of materials by establishing and managing a supply base. In other companies the procurement and management of the supply base is the responsibility of a separate purchasing department and is then responsible for the purchased price variances from the supply base.

As an example we can take a milk industry enterprise of Vinnitsa "ROSHEN". Its fixed assets include facilities lease and any significant transactions of the issuer on them; production capacity and degree of use of equipment; way to hold the asset, the location of assets. In order to describe the environmental issues that may affect the use of assets, plan for capital construction, expansion or improvement of fixed assets, the nature and causes of such plans, expenditures, including those already made, a description of the method of financing, projected start and end dates activities and expected growth of production capacity after its completion to fixed assets include building and structures, machinery and equipment, transport means, instruments, devices and inventor, other basic facilities.

Conclusions

I can definitely say that material resources management is a key for good enterprise operation in industry. An enterprise benefits from excellent material management, as it improves its competitiveness.

REFERENCES

1. Азрилиян А.Н. Большой экономический словарь / А.Н. Азрилиян. – [4-е изд. доп. и перераб.]. – М.: Институт новой экономики, 1999. – 1248 с.
2. Борисов А.Б. Большой экономический словарь / А.Б. Борисов. – М.: Книжный мир, 2001. – 895 с.
3. Підручник для студентів спеціальності «Облік і аудит» вищих навчальних закладів [Ф. Ф. Бутинець та ін.]; під заг. ред. [і з передм.] Ф. Ф. Бутинця. – 8-ме вид. доп. і перероб. – Житомир: ПП "Ру-та", 2009. – 912 с.

Чула Чуамо Серж Рауль – студент групи МОЗ-12, факультет менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: blagodyr_lilija@myrambler.ru

Науковий керівник: **Благодир Лілія Миколаївна** – к.е.н., доцент кафедри менеджменту та моделювання в економіці, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Tchoula Tchouamo Segre Raoul – Department of Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnitsia, e-mail: blagodyr_lilija@myrambler.ru

Supervisor: **Blagodyr Lilija M.** – Associate Professor, PhD, Associate Professor on Department of management and economical modeling, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.

ЕВОЛЮЦІЯ СПРИЙНЯТТЯ БРЕНДИНГУ ТЕРИТОРІЙ В ЕПОХУ ЗМІН

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Розкрито еволюційні засади видозміни сприйняття брендингу та брендингу територій за умов перманентних змін. Обґрунтовано доцільність та сутність брендингу територій як найбільш ефективний інструмент активного позиціонування регіону, процес побудови, розвитку та управління брендом.

Ключові слова: брендинг, брендинг територій, територія, стратегія, управління брендом.

Abstract

Reveals the evolutionary principles of perception altering branding and branding in conditions of permanent change. The expediency and the essence of branding areas as the most effective tool of the active region positioning, the process of building, development and brand management.

Key words: branding, branding territories, territory, strategy, brand management

Вступ

Насьогодні, за умов посилення євроінтеграційних напрямів, в Україні існує нагальна необхідність проведення адміністративно-територіальної реформи, що, зокрема, потребує створення ефективних моделей функціонування територій (міст, сільських територій, регіонів, країни) відповідно до європейських вимог, на чому особливо наголошує директор Інституту трансформації суспільства О.І. Соскін [1]. З огляду на це надзвичайно важливим та актуальним для українських територій, особливо малих і середніх, є вивчення та впровадження європейської системи управління територіями, створення їхнього бренду й просування на міжнародному рівні та підвищення конкурентоспроможності територій. Доцільно зазначити, що брендинг територій («place branding») за останні роки став предметом полідисциплінарного знання в світі і поступово набуває значного розвитку в українському науковому та реальному середовищах. Його досліджують представники державного управління і політичної географії, політичної науки і соціальної філософії, соціології та культурології, журналісти та маркетологи. В прикладному аспекті розробкою національного бренда та брендингу регіонів України займаються політтехнолог Д. Богуш (президент Bohush Communications, віце –президент Української Ліги по зв'язкам із громадськістю, політичний експерт, керівник проекту «Форум політичних стратегій»), політолог О. Соскін (директор Інституту трансформації суспільства, професор Національної академії управління), В. Лаба (директор Українського інституту «Євросоціум» у Львові) [2]. Окреслена масштабність проблеми підтверджує, що успішний бренд відіграє важливу роль у розвитку економіки, культури й туристичної інфраструктури території.

Результати дослідження

Останнім часом все більшої популярності набуває брендинг як процес побудови, розвитку та управління брендом і забезпечення конкурентоспроможності відповідного об'єкту. Саме бренд створює вартість. Як зазначав Ф. Котлер «Найважливіше поняття в маркетингу – поняття бренду. Якщо ви не бренд – ви не існуєте. Хто ж ви тоді? Ви – звичайний товар. А коли ми купуємо такі товари, єдино важлива річ для нас – це ціна. Але якщо ви побудували бренд, ви можете встановити ціну, більшу ніж ціна простого товару. Відомо також, що зробити бренд можна з будь-якого товару» [3]. Водночас Т. Левітт наголошує, що у сучасному світі конкурують не товари, а бренди і стверджує: «Нова конкуренція виникає не між продукцією, а між її додатковою цінністю, вираженою в упаковці, послугах, рекламі, фінансуванні, організації поставок, складуванні та іншому, що так цінують всі люди» [4].

Підтримує позицію Ф. Котлера та Т. Левітта і відомий спеціаліст у сфері брендингу, американський професор Д.А. Аакер, який зазначає, що виробництво товарів і послуг як діяльність назавжди

залишилась в XX столітті. Нове століття – це епоха створення брендів. В XXI столітті бренди замінили товари, позиціонування бренду зробило найбільш актуальним цінову конкуренцію, а на заміну рекламі виникли інтегровані бренд-комунікації [5].

Особливої актуальності за останні роки набуває новий аспект брендингу, а саме конструювання образу країни і регіонів, або «територіальний брендинг». Проблематика брендингу територій виникла ще в 1970-і рр. в деяких розвинених країн, але в Україні активно обговорюється лише зараз. Платформу для усвідомлення актуальності брендингу заклав процес підвищення інтересу до іміджу країни на міжнародному рівні.

Формування бренду територій з метою залучення інвестицій, туристів, бізнесу є надзвичайно вартісним, адже країни витрачають щороку мільярди доларів. Наприклад, США щорічно витрачають на розробку і просування позитивного іміджу США за кордоном близько \$ 1,4 млрд, Велика Британія і Німеччина – близько \$ 1,2 млрд, Франція – близько \$ 3,1 млрд. Саудовська Аравія для підтримки свого іміджу надійного партнера Заходу витрачає щорічно \$ 6 млрд. І в цьому не було б сенсу, якби це не приносило величезні прибутки. Так, Велика Британія у 2006 р. залучила у свою економіку близько £ 80 млрд (\$ 43,5 млрд) прямих іноземних інвестицій, а доходи від туризму склали £ 16 млрд (\$ 8,6 млрд) [4].

Проте, для того, щоб територія (місто, село, регіон) була конкурентоспроможною, окрім значного фінансування, вона повинна залучати в органи місцевої влади професійно підготовлених людей, сформувати відповідний рекреаційний потенціал, гарні умови для підприємництва та надходження інвестицій (як загальноукраїнських, так і закордонних), відповідне освітнє та інформаційне середовище. Територія має утримувати в громаді молодь, створюючи їй перспективи для навчання та професійного зростання. Вирішення зазначених завдань потребує розробки стратегічного плану розвитку територій і професійної маркетингової політики з його впровадження, що передбачає використання відповідних інструментів промоушену й брендингу територій. Такий підхід не є унікальною необхідністю лише для українських міст – це загальноєвропейська та загальносвітова тенденція. Сьогодні всі європейські міста (а Україна є європейською державою, членом усіх загальноєвропейських інституцій), аби стати якомога заможнішими, потужнішими і якнайкраще задовольняти потреби місцевих громад, дуже серйозно та професійно ставляться до розробки і реалізації політики брендингу, формування бренду та промоушену своїх територій [1].

Окрім наведеного, також слід відзначити такий проблемний аспект як неефективність і суперечливість нормативно-правової бази брендингу територій в Україні та відсутність чіткої стратегії її зовнішнього та внутрішнього позиціонування [6, 7]. Це є одним із багатьох стримуючих елементів створення ефективного територіального бренду, які потрібно вирішувати на рівні держави за допомогою територіальних громад зокрема.

Висновки

Відтак, саме конкуренція визначає необхідність формування бренду територій. Власне наступні цілі формують основне призначення територіального брендингу: підвищення інвестиційної привабливості території; створення та забезпечення соціальної безпеки; підвищення конкурентоздатності; економічний розвиток території; зростання популярності та престижу; туристична привабливість; збільшення зайнятості населення, підвищення якості життя; залучення нових споживачів товарів та послуг; створення корпоративної культури території.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Брендинг міст: досвід країн Вишеградської групи для України / За загальною ред. О. І. Соскіна. – К.: Вид-во «Інститут трансформації суспільства», 2011. – 80 с.
2. Колесницька Н.М. Територіальний брендинг: науково-методологічні підходи до визначення та формування / Н.М. Колесницька // Наукові праці. Політологія. – 2012. – Випуск 185. Том 197. – С. 47–50.
3. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер, Г. Армстронг, Дж. Сондерс, В. Вонг. – 2-е европ. изд. – К.: Изд. дом «Вильямс», 2006. – 944 с.
4. Котова Н.О. Територіальний маркетинг, територіальний брендинг: визначення сутності та особливості / Н.О. Котова // Державне будівництво. – 2010. – №1. – С. 55–66.
5. Аакер Д.А. Создание сильных брендов / Д.А. Аакер. – М. Издательский Дом Гребенникова, 2003. – 340 с.

6. Нагорняк Т.Л. Брендинг територій у сучасних політичних практиках / Т.Л. Нагорняк // Політологія. – 2014. – №3. – С. 53–58.

7. Мороз О.В. Теорія сучасного брендингу: монографія / О.В. Мороз, О.В. Пашенко. – Вінниця: УНІВЕРСУМ-ВДТУ, 2003. – 104 с.

Наталія Петрівна Карачина – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри менеджменту та моделювання в економіці, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: karachina-natalija@rambler.ru

Karachyna Natalija P. – Dr. Sc. (Economic), Professor, Head of Chair of Management and Simulation in Economics, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: karachina-natalija@rambler.ru

ЗБУТОВА ПОЛІТИКА ЯК ФАКТОР ФОРМУВАННЯ МОНОПОЛІСТИЧНОЇ КОНКУРЕНЦІЇ

Вінницький національний технічний університет;
ТОВ «Термінус»

Анотація

Досліджено можливості формування механізму недосконалої (монополістичної) конкуренції в зв'язці «виробництво – збут». Основна увага приділена особливостям реалізації вказаних типів ринку в сфері торгівлі (через гурт в ритейлі) з метою уточнення практичного змісту недосконалої конкуренції в сучасних умовах.

Ключові слова: недосконала конкуренція, монополістична конкуренція, дистрибуція, бренд, тип ринку.

Abstract

The opportunities of formation mechanism of imperfect (monopolistic) competition in tandem "production - sales" investigated. The main focus is on the implementation of features of these market types in the trade market (through wholesale at retail) order to clarify of the practical content of imperfect competition in the present conditions.

Keywords: imperfect competition, monopolistic competition, distribution, brand, market type.

Вступ

Серед п'яти загальновідомих концепцій маркетингу, які за своєю суттю є загальностратегічними підходами бізнесу, лише концепція вдосконалення виробництва зорієнтована на ціновий тип конкурентної боротьби. Концепція вдосконалення товару, стимулювання збуту, задоволення потреб, соціально-етичного маркетингу в своїй тактичній реалізації мають на увазі той чи інший тип диференціації і є більшою мірою нецінковою конкуренцією. Таким чином відомі теорії Едварда Чемберліна (монополістичної конкуренції) та Джоан Вайолет Робінсон (недосконалої конкуренції) були реалізовані в практиці маркетингу або, скоріше, самі були відображенням модернових на той час методів конкурентної боротьби та маркетингових підходів.

На нашу думку, протиставлення вище вказаних теорій не є логічним: вони схожі, доповнюють одна одну, акцентуючи увагу на окремих аспектах ринкової поведінки різних суб'єктів. І Джоан Робінсон і Едвард Чемберлін демонструють поведінку виробників продукції, які бажають здобути ринкову владу в умовах, як не дивно, конкурентного ринку. В основі їх аналізу – монополія, яка формується в окремих ринкових нішах або сегментах, завдяки неціновій конкуренції компаній. Хоча, скоріше мова йде про комплексні ціново-якісні стратегії із використанням різноманітних маркетингових інструментів чи інших ринкових впливів: етичних або ж і неетичних. При цьому Е. Чемберлін акцентує увагу на конкурентоспроможності товару, а Дж. Робінсон – на конкурентоспроможності фірми в цілому. Аналізування одних і тих же ефектів, але з різних позицій (дослідження різних передумов) приводить двох оригінальних дослідників до різних висновків: Е. Чемберлін схиляється до саморегулювання, як достатньої функції ринку, Дж. Робінсон ратує за державне регулювання в умовах недосконалої конкуренції.

З практичної точки зору, слід розуміти, що між виробником і кінцевим споживачем є цілий ланцюг збутових агентів, які мають свої інтереси, підходи, традиції, ринкові або економічні цілі, цінові інструменти і т. п. Тому бажання виробника здобути «нішеве» монопольне становище може зіштовхнутись із серйозними перепонами з боку збутовиків. Виникає логічне питання: «А чи мають виробники в своєму арсеналі достатньо впливів на збут для забезпечення конкретному товару чіткої ціново-якісної позиції в роздрібній торгівлі (ритейлі)?»

Результати дослідження

Варто зауважити, що Е. Чемберлін організації збуту приділяв особливу увагу, ввівши категорію «витрати збуту». Від витрат збуту залежить рівень кінцевих роздрібних цін, тобто, за його твердженням, вони є зброєю конкурентної боротьби, впливаючи на цінову політику.

За нашими дослідженнями на остаточну ціну в ланцюгу «виробництво-збут» впливають не лише «витрати збуту», але й специфіка стосунків між виробником, дистриб'ютором, торговими точками. Дослідження, представлені в даній роботі, здобуті на основі глибокого вивчення збутових процесів дистрибуційних компаній ТОВ НВП «Гамма» (продукти харчування), ТОВ «Верленд» (продукти харчування), ТОВ «ТВД» (сантехнічне обладнання), виробничих підприємств ПАТ «Маяк» (електротехнічні вироби), ВФ «Панда» (ТМ «Караван», безалкогольні напої та артезіанська вода), ПАТ «Луцьк Фудз» (бакалійна продукція), міжнародної корпарції «Нестле», виробничо-торгівельних підприємств ТОВ «Декорбетон», НВПІ «Поділлябуд» (виробництво та реалізація будівельних матеріалів та виробів), ювелірної компанія «Діадема» та ін.

Формуючи конкурентну стратегію, з метою досягнення нішевої (сегментної) монополії, виробник повинен не лише реалізувати певну диференціацію, але й добитися конкретної ціни в торговій точці. Дослідження реальних збутових процесів показало, що механізми для забезпечення означеної задачі існують. Слід розуміти, що основою стосунків між виробником і гуртовим збутовиком є комерційні перемовини, які закінчуються укладанням довготривалого Договору (як правило, з річним терміном дії з подальшою пролонгацією або переглядом окремих умов). В додатках до Договору зазвичай додаються прайс-листи із *рекомендованими* цінами для всіх рівнів каналу збуту, в тому числі для роздрібу. Сьогодні деякі виробники розміщують інформацію про асортимент продукції на сайті компанії, вказуючи і роздрібні ціни.

Як було зазначено вище, збутовики мають свої інтереси і свої впливи на формування кінцевої ціни для споживача. Це зрозуміло для бізнесу в ринкових умовах взагалі, і це природно, бо збутовики ближче до споживача, добре знають кон'юнктуру свого територіального ринку (яка, між іншим, може різнитись по регіонах). Однак, в збутовій практиці існує явище «потужний» бренд – бренд-лідер. Якщо загальнокорпоративний бренд або окремий товарний бренд потужний, то виробник спроможний: 1) глибоко досліджувати ринок, бо має розвинутий у всіх аспектах маркетинг; 2) моніторити дотримання учасниками збутового ланцюга (дистриб'юторами, дилерами, роздрібними продавцями) рекомендованих цін, які набирають ваги обов'язкових, корелюючись із потужністю бренда.

Що є по суті «потужний» бренд? Він є відомий, розрекламований, із суттєвою часткою ринку, тобто престижний/ корисний/ доступний [1]. Вважаємо, що точніше: престижний/ корисний/ бажаний для споживача. Парадоксально, що такий бренд може домінувати в партнерських стосунках із дистриб'ютором, навіть не приносячи значних економічних зисків для останнього. Однак, він є бажаним в портфелі брендів гуртовика. Пояснення цього маркетингово-економічного феномену просте. Коли будь-який виробник заходить із своєю продукцією в регіон, то першим чином моніторить якість роботи дистриб'юторів (якість надання збутових послуг) з метою вибору найліпшого із них. При цьому досліджується показник покриття території (клієнтська база торгових точок конкретного гуртовика) та представленість асортименту інших виробників із портфеля даного дистриб'ютора в самих торгових точках. Простіше кажучи, аналізується, чи вхожі торгові агенти і мерчендайзери в торгові точки і наскільки якісно вони працюють. Але крім цього досліджується портфель брендів дистриб'ютора. Якщо в складі портфеля є потужні бренди – це позитивний сигнал до співпраці. За висловом практиків комерційної роботи: «Якщо від дистриб'ютора йдуть відомі марки, всі інші розлітаються, як горобці». Звідси походження алегорії для потужних брендів – бренд-локомотив.

«Тягова сила» такого бренду виявляється і на рівні стосунків «дистриб'ютор – торгова точка». В практиці продаж для роздрібною точки склалася традиція, коли, торговий агент, приймаючи заявку на відомий бренд, досягає більшої готовності роздрібного продавця замовити партію і не настільки «ходові» бренди. Що важливіше, потужний бренд забезпечує дистриб'ютору цей вагомий важіль впливу щодо повернення дебіторської заборгованості із торгової точки. В практиці системних стосунків «гуртовик-роздріб» має місце відстрочення платежу для останнього (як правило, до 21 дня). Повернення дебіторської заборгованості – це звична і актуальна для торгових агентів дистриб'ютора задача. Тактика їх дій проста: «Бажаєте отримати в магазин чергову партію товарів відомого

(потужного) бренду, заплатить по всій реалізаційній накладній, в тому числі і за менш «ходовий» товар».

Практика відстрочення платежу для роздрібу дисциплінує щодо дотримання рекомендованого (читай встановленого виробником) рівня цін навіть самі віддалені в регіоні торгові точки. Напрацьована традиція впливів носить ультимативний характер: «Не дотримуєшся рівня цін – не отримаєш товар або відстрочення платежу за товар». При цьому невелика торгова точка може придбати товар і на іншому рівні збутового ланцюга – в дрібногуртового продавця, але лише за готівку і без відстрочення платежу. Варто зауважити, що недотримання означених в Договорі рекомендованих цін загрожує дистриб'ютору штрафними санкціями з боку виробника. При цьому навіть загальнонаціональні цінові знижки в мережах мають бути узгоджені із виробником або здійснюються з його ініціативи.

Отже, через певні політику, правила, процедури, відточені бізнес-процеси потужні бренди, будучи бажаними для гуртовика і для роздрібу, можуть диктувати свої правила гри, в тому числі і рекомендовані ціни, які по-суті є обов'язковими. Таким чином, існують реальні, напрацьовані практикою механізми реалізації комплексу товарних та цінових стратегій виробником по всьому збутовому ланцюгу.

Є різні підходи до класифікації факторів або напрямків диференціації продукції, як основи монополістичної конкуренції. Один із простих і наочних висвітлено на сайті dic.academic.ru. За даним джерелом диференціація може здійснюватись за такими напрямками: а) диференціація самого продукту; б) диференціація продукту методами збуту; в) диференціація шляхом конкуренції нових торгових марок.

Диференціація самого продукту означає різноманітність однорідних виробів за допомогою зміни їх дизайну і поліпшення якісних характеристик. Ці заходи спрямовані на завоювання «вірності» покупців, яка виражається в переконанні останніх, що дані вироби «краще» виробів конкурентів.

Диференціація продукту методами збуту включає в себе: рекламу в засобах масової інформації, пробні продажі, стимулювання збуту через агентів з продажу товарів і створення торгових точок.

Конкуренція нових торгових марок враховує, що в умовах науково-технічного прогресу існуючі вироби фірм починають швидко застарівати. Щоб залишитися конкурентоспроможною, фірма змушена впроваджувати нові торгові марки або переробляти старі [2].

Окремі аспекти диференціації самого продукту і роль в даному процесі збутової сфери ми розглянули вище. Щодо диференціації методами збуту варто виділити ринкове позиціонування, як впливовий маркетинговий інструмент та інші складові комплексу стимулювання.

Істотне перевищення пропозиції над попитом на світовому ринку (в середньому в 1,5 рази), яке склалося у 80-х – 90-х роках минулого століття як наслідок різкого підвищення продуктивності праці призвело до того, що одним з найбільш дефіцитних ресурсів для компаній став доступ до свідомості споживача. Усе це обумовило стрімкий розвиток таких напрямків як ринкове позиціонування, брендинг (управління активами торгової марки), що виводить маркетингові комунікації на новий виток розвитку [3]. Адекватне і вдале позиціонування підвищує ринкові показники бренду, в першу чергу – показники лояльності, впізнаваності, сприйнятої якості [4]. Однак, в зв'язі «виробник-збут» знову ж виникає певна комунікаційна проблема: «А хто має доносити вироблену ринкову позицію до споживача та здійснювати іншу маркетингову роботу?».

На початку трансформаційного періоду нашої економіки мало місце бажання більшу частину маркетингових заходів перерозподілити на партнера: виробник бажав делегувати цю роботу гуртовому посереднику; посередники блокували дане делегування. З часом конкуренція, зростання маркетингової кваліфікації сприяли наведенню певного організаційного порядку щодо виконання маркетингової функції, в тому числі в частині вироблення та донесення до споживачів ринкової позиції. Одною із оптимальних схем вбачається наступна: 1) виробник займається загальнонаціональним маркетингом, в тому числі стимулюванням збуту, як напрямком диференціації; 2) дистриб'ютор здійснює доцільні маркетингові заходи в межах власного ареалу ринку. Для стимулювання дистриб'ютора до здійснення системної маркетингової роботи резонно застосовувати такий інструмент як «знижка на маркетинг» у вигляді бонусної програми. Суть: дистриб'ютору надається знижка сумою до 3% від місячного об'єму реалізації саме на маркетингові заходи. По завершенню місяця (як правило, до 5-го числа наступного місяця) гуртовик має надати підтвердження, а саме звіт про виконану маркетингову діяльність на означену суму. До звіту

додаються фінансові документи (чеки, рахунки), тобто підтверджені проплати за маркетингові послуги поліграфії, промоушн-агенцій, консалтингових та маркетингових фірм тощо.

Цікавим фактором формування монополістичної конкуренції є етапи розвитку збутової політики різних виробників: звичайна дистрибуція – фокусна команда – ексклюзивна команда – власний торговий дім. Кожен із цих етапів можливий при певних об'ємах збуту і корелюється з точкою безбитковості для кожної із зазначених форм організації сфери збуту.

На завершення відмітимо, що такий елемент збутової сфери, як рітейл – одна з галузей національної економіки, що найбільш динамічно розвиваються, вклад якої до ВВП країни становить 16%. Більшість українських торговельних мереж входять до списку 200 найбільших компаній України за даними Forbes Україна. Як можна побачити з даних, наведених у табл. 1, сегмент продовольчих товарів має найбільшу вагу на ринку рітейлу та є найбільш привабливим для інвесторів, а конкуренція все більше переходить з формату конкурування торговельних марок виробників до безпосередньої конкуренції між роздрібними торговцями. Дослідження свідчать про те, що компанії в цьому сегменті зростають не лише у горизонтальному напрямі, хоча він і залишається пріоритетним, а використовують і вертикальні можливості посилення конкурентного тиску. Так, наприклад Fozzy Group у 2012 р. придбала комерційний банк, що дозволило їй вийти на ринок споживчого кредитування, а власники бонусних карт мережі тепер можуть переробити їх на кредитні, що дає компанії додаткові конкурентні переваги. Разом з тим другий учасник ринку продуктового рітейлу за часткою ринку АТБ-маркет зростає саме завдяки розширенню присутності у регіонах, так у вересні 2012 р. мережа нараховувала 600 магазинів, а в планах залишається експансія у міста населенням від 10000 до 100000 осіб, де інші торговельні мережі відкривати магазини взагалі не планують [5].

Таблиця 1 – Найбільші роздрібні торгові мережі в Україні в 2011 р. за версією Forbes Україна [5]

Позиція у рейтингу	Назва	Сегмент	Виручка в 2011 р., млн грн	Зростання до 2010 р., %	Прибуток, млн. грн.
9	Fozzy Group	Продуктовий мас-маркет	17430	25	немає даних
13	АТБ-Маркет	Продуктовий мас-маркет	15081	39	-37
20	Епіцентр К	DIY	12221	35	419
27	Metro Cash & Carry Україна	Cash & Carry	9882	16	157
35	Фокстрот	Електроніка	7215	1	267
58	Фуршет	Продуктовий мас-маркет	5096	-1	немає даних
61	COMFY	Електроніка	4953	30	40
74	Auchan Україна	Продуктовий мас-маркет	4195	19	122
96	Таврія В		3078	15	
100	Ельдорадо	Електроніка	2977	95	19
110	Нова Лінія	DIY	2723	-1	-16
114	Еко-Маркет	Продуктовий мас-маркет	2400	25	немає даних
139	Технополіс	Електроніка	1892	71	46

Що стосується учасників ринку продовольчого рітейлу, DIY та ринку торгівлі одягом та аксесуарами, то вони конкурують в більшому ступені на етапі придбання земельних ділянок і оренди торгових площ, ніж за лояльність споживачів навіть в містах мільйонниках, не кажучи про менші міста. Через значний показник обігу на кв.м. торгової площі (при нормі обігу \$400–500 на кв.м. – реально \$800) учасникам ринку рітейлу більш вигідно продавати торгові полки, а не конкурувати за покупця, тому і торгові мережі в Україні розвиваються екстенсивним шляхом (збільшенням кількості

торгових площ) [6]. А це вже процеси, що формують недосконалу конкуренцію, досліджено Дж. Робінсон. Її твердження щодо необхідності державного регулювання таких явищ (в даному випадку в збутовій сфері) має сенс. Для аргументації наведемо такий прецедент: коли Антимонопольний комітет України дав згоду на придбання "Епіцентром" другого за величиною будівельного супермаркету в Україні – "Нова Лінія", це призвело до виходу з ринку України третього потужного гравця на даному ринку – німецької мережі будівельних супермаркетів "Практикер". В підсумку, завдяки недосконалій конкуренції, «Епіцентр» забезпечив собі можливості монополістичної конкуренції.

Адекватні інструменти для викорінення або недопущення недосконалої конкуренції в конкретних галузях були напрацьовані одним із самих впливових економістів нашого часу, Лауреатом Нобелівської премії 2014 р. Жаном Тіролем. У серії своїх статей і книг Жан Тіроль описав загальну основу для розробки політики державного регулювання і застосував її до ряду галузей, від телекомунікацій до банківської сфери.

Висновки

Встановлено, що на формування монополістичної конкуренції (на основі ціново-якісної диференціації) через багаторівневі канали збуту впливовими є не лише економічні аспекти. Даний процес – це синтез маркетингу, економіки, менеджменту. Динамічний розвиток ритейлу, як важливого елементу збутової сфери, нажалі супроводжується і схемами та організаційними формами, які обумовлюють недосконалу конкуренцію. Актуальним є напрацювання доцільних механізмів державного регулювання зазначених процесів для недопущення дисфункціональної форми монополістичної конкуренції.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Що таке бренд і брендинг: інтернет-журнал [Електронний ресурс] – Консалтинг в Україні – опубл. 21.03.13. – Режим доступу до журн. : <http://consulting-ua.com/scho-take-brend-i-brendynh/>.
2. Конкуренция неценовая: словари и энциклопедии на Академике: Экономика от А до Я: Тематический справочник [Електронний ресурс]: http://economic_a_ua.academic.ru/734.
3. Зозульов О. Проблеми і перспективи стратегічної стабільності підприємства [Текст] / О. Зозульов // Маркетинг в Україні. – 2005. – №2. – С. 54-57.
4. Несен Л. М. Ринкове позиціонування як фактор прискорення дифузії інформації про інновації [Текст] / Л. М. Несен, В. В. Несен, О. Г. Ратушняк // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – 2008. - № 633. – С. 491-500.
5. Рейтинг 200 крупнейших компаний страны // Forbes . - 2012. – октябрь. – С. 58-143.
6. Соколова Ю. О. Маркетингові аспекти конкуренції в галузі роздрібної торгівлі України [Текст] / Ю. О. Соколова // Проблеми економіки. – 2012. – №4. – С. 99-102.

Несен Леонід Миколайович – канд. техн. наук, доцент кафедри менеджменту та моделювання в економіці, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: l.nesen@yandex.ua;

Несен Валентина Василівна – керівник відділу продажу, ТОВ «Термінус», м. Калинівка, Вінницької обл.

Nesen Leonid Nikolaevich - candidate of technical sciences (Ph.D.), assistant professor of management and modeling in economy, Vinnytsa national technical university, Vinnytsia, l.nesen@yandex.ua;

Nesen Valentina Vasilyevna - head of the sales, LLC "Terminus" m. Kalynivka, Vinnytsa region.

ВІДМІННОСТІ ЕКОНОМІЧНОЇ ТА ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Вінницький національний технічний університет

Анотація

В статті уточнено значення понять «економічна стійкість» та «фінансова стійкість». Проаналізовано основні характеристики понять. Виділено критерії економічної та фінансової стійкості з відмінними характеристиками.

Ключові слова: економічна стійкість, фінансова стійкість, підприємство, фінансові ресурси, конкурентоспроможність, платоспроможність.

Abstract

The definition of «economic stability» and «financial stability» is clarified. The main characteristics of the concepts are analyzed. Criteria of economic and financial stability with different characteristics are allocated

Keywords: economic sustainability, financial sustainability, enterprise, financial resources, competitiveness, solvency.

Вступ

Значна кількість наукових праць присвячена питанню вивчення економічної стійкості, однак у більшості з них йдеться про фінансову стійкість підприємства – тобто його платоспроможність [1-3]. Разом з тим, незважаючи на взаємопов'язаність, економічна стійкість є значно ширшою характеристикою. Аналіз питання економічної стійкості підприємства показав, що увага дослідників переважно зосереджена на фінансових аспектах економічної стійкості. Хоча економічна стійкість – це узагальнювальна комплексна категорія, що не може бути обмежена відображенням лише однією складовою діяльності суб'єкта господарювання.

Метою роботи є систематизація відмінностей понять «економічна стійкість» та «фінансова стійкість».

Результати дослідження

Будь-яке підприємство є динамічною економічною системою, а поняття стійкості - однією з найважливіших її характеристик. Під стійкістю розуміють сталість стану системи або сталість послідовностей деяких її станів у часі в процесі її перетворень.

Економічна стійкість підприємства - поняття комплексне, як і сама господарська діяльність, і характеризує його стан по відношенню до зовнішніх впливів, яке можна вважати стійким, якщо при рівних зовнішніх впливах і внутрішніх зрушеннях, воно схильне до менших змін по відношенню до колишнього. При цьому економічний стан підприємства може варіюватися від вкрай нестійкого, при якому воно перебуває на межі банкрутства, до відносно стабільного [1-3].

Існують різні складові елементи економічної стійкості підприємства, які взаємопов'язані і взаємозалежні, і рівень розвитку кожного надає різний вплив на загальну економічну стійкість підприємства. Зазвичай виділяють наступні складові елементи економічної стійкості: фінансову, виробничо-технічну, комерційну, організаційну, інноваційну та соціальну стійкість. Фінансова стійкість - це стан фінансових ресурсів, їх розподілу та використання, що забезпечує стійкий розвиток підприємства на основі зростання прибутку й капіталу за умови формування достатньої платоспроможності та кредитоспроможності за припустимого рівня ризику [4].

Виділимо основні критерії економічної стійкості та фінансової стійкості, які мають відмінні характеристики (табл. 1). Фінансова стійкість, формується внаслідок стабільного одержання підприємством прибутків, що створює можливості для вільного маневрування та ефективного

використання грошових коштів і сприяє підвищенню ритмічності та надійності процесів матеріально-технічного постачання і реалізації продукції.

Таблиця 1 - Аналіз характеристик економічної стійкості та фінансової стійкості*

<i>Економічна стійкість</i>	<i>Фінансова стійкість</i>
Економічний розвиток підприємства	Розвиток фінансових відносин, фінансових ринків
Приріст інвестиційного капіталу	Приріст фінансових ресурсів
Вірогідність зростання заробітної плати	Рух фінансових ресурсів
Залежить більшою мірою від внутрішніх та зовнішніх чинників	Залежить більшою мірою від внутрішніх чинників
Пошук нових варіантів господарської діяльності	Пошук нових джерел фінансування
Пошук ділових партнерів і укладання угод	Налагодження ділових взаємовигідних зв'язків з фінансовими інститутами ринку

*узагальнено за даними [5]

Проте сьогодні в Україні багато підприємств працюють зі збитками, але не є банкрутами і продовжують свою діяльність. Тому можна вважати, що фінансова стійкість є однією з найважливіших передумов економічної стійкості, яка є багатограннішою універсальною категорією.

При розгляді фінансової стійкості найчастіше розглядається лише внутрішнє середовище, проте загрози для стійкого стану підприємства набувають і від зовнішнього середовища. Економічна стійкість – це динамічна категорія, що включає стійкість функціонування та стійкість розвитку підприємства стосовно заданих цілей.

Висновки

Таким чином, поняття «економічна стійкість» є більш широким і включає в себе категорію «фінансова стійкість». Економічна стійкість підприємства – це динамічне, комплексне, складне і багатогранне поняття, яке залежно від специфіки конкретної системи має багато підходів до визначення та охоплює широке коло об'єктів. Фінансова стійкість базується на руху фінансових ресурсів, що забезпечує платоспроможність підприємства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Сокол О.Г. Управління стійкістю сільськогосподарських підприємств як економічний процес / О.Г. Сокол // Економічний простір. — 2009. — №21. — С. 230.
2. Зянько В. В. Фінансовий аналіз та звітність: практикум / В. В. Зянько, І. Ю. Єпіфанова. – Вінниця: ВНТУ, 2008. – 83 с.
3. Сметанюк О. В. Фінансова стійкість в системі фінансової безпеки підприємства / О. В. Сметанюк, С. О. Кругляк // Економічний простір: Збірник наукових праць.- 2014. – № 84. – С. 187-196.
4. Лапуста М.Г. Определение характера финансовой устойчивости предприятия / М. Г. Лапуста // Финансовый менеджмент 2008. - № 8. - С. 15-17.
5. Безугла Т. В. "Економічна стійкість" та "Фінансова стійкість" / Т. В. Безугла // Молодий вчений . - 2014. - № 3(06). - С. 32-34.

Марія Олександрівна Гайдей – студентка групи МОф-15м, факультет менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: gaidei.mascha@yandex.ua

Науковий керівник: **Ірина Юрївна Єпіфанова** – канд. еном. наук, доцент кафедри фінансів, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця

Haidei Mariy O.- Department of finance, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, email: gaidei.mascha@yandex.ua

Supervisor: **Yepifanova Irina U.** — Cand. Sc. (Eng), Assistant Professor of Finance, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.

НАПРЯМКИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ФІНАНСОВОГО ПЛАНУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ХАРЧОВОЇ ГАЛУЗІ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Розглянуто основні напрями підвищення ефективності планування та прогнозування діяльності підприємств. Особливу увагу приділено необхідності фінансового планування діяльності підприємства, зазначені проблеми у цій сфері. Обґрунтовано потребу контролю фінансової діяльності підприємства.

Ключові слова: фінансова діяльність, планування, прогнозування, фінансовий план підприємства, методи фінансового планування.

Abstract

The main directions of increasing the efficiency of planning and forecasting activity are considered. The particular attention is paid to the necessary of financial planning in the company problems in this field are mentioned. The necessities of monitoring the financial activity are substantiated.

Keywords: financial activity, planning, forecasting, financial plan of the enterprise, methods of financial planning.

Вступ

Ефективність діяльності будь-якої організації чи підприємства залежатиме від стану планування та організації виробничого процесу. Визначальним також є спосіб використання суб'єктом господарювання наявних матеріальних, трудових та фінансових ресурсів, здатність оптимально розпорядитись залученими. Питання сутності та ефективності планування розглядаються багатьма вченими такими як: В. В. Кобець [1], С. І. Надточій [2], О. М. Ястремська [4], Т. А. Обущак [5], В. С. Марцин [6]. Разом з тим, потребує систематизації питання підвищення ефективності планування на підприємствах харчової галузі.

Метою роботи є формування пропозицій щодо підвищення ефективності планування на підприємствах харчової промисловості.

Результати дослідження

У сучасних умовах роль фінансового планування принципово змінилась порівняно із централізовано керованою економікою. Підприємства самі зацікавлені в тому, щоб реально оцінювати свій поточний фінансовий стан та на найближчу перспективу, по-перше, для досягнення успіху в своїй господарській діяльності; по-друге, для своєчасного виконання своїх зобов'язань перед бюджетом, соціальними фондами, банками та іншими кредиторами, тим самим захистивши себе від штрафних санкцій [1].

Отже, фінансове планування — це процес визначення обсягу фінансових ресурсів за джерелами формування і напрямками їх цільового використання згідно з виробничими та маркетинговими показниками підприємства у плановому періоді [2].

Фінансове планування на підприємстві взаємозалежне з плануванням господарської діяльності і будується на основі показників виробничого плану (обсягу виробництва, реалізації, кошторису витрат на виробництво, плану капітальних вкладень та ін.) [3]. Проте стан фінансового плану не є простим арифметичним перерахунком показників виробничого плану у фінансові показники. У процесі стану проекту фінансового плану здійснюється критичний підхід до показників виробничого плану, виявляються невраховані в них внутрішньогосподарські резерви і визначаються шляхи більш ефективного використання виробничої потужності, більш раціональної витрати матеріальних і грошових ресурсів, підвищення якості продукції, розширення асортименту та ін. [4].

Серед численних задач, які необхідно вирішити в процесі фінансового оздоровлення

підприємства, дуже важливим є аналіз фінансового становища. Оцінка фінансового становища необхідна для того, щоб виявити здатність організації фінансувати свою діяльність, наявність перспективної стратегії розвитку, рівень ефективності господарської діяльності [7-8].

В першу чергу підприємство повинно звернути увагу на виробництво і розробку нових видів продукції, яка зацікавить споживачів дозволить стабілізувати і покращити його фінансовий стан [5].

Напрямки підвищення ефективності планування підприємств харчової промисловості сформовано на прикладі ПАТ «Макаронна фабрика», який є основним київським виробником макаронних виробів.

Аналіз рівня фінансового планування на підприємстві показав, що такі показники, як чистий дохід, фінансовий результат від операційної діяльності та чистий прибуток мали тенденцію до зменшення у 2014 р. порівняно із 2013р. Щодо відносних показників, які впливають на фінансову діяльність підприємства, а саме таких як загальний рівень рентабельності, рентабельність продукції та рентабельність власного капіталу, то оцінивши їх, можна помітити тенденцію до деякого зниження у 2014 р. порівняно із 2013р.

Загальний аналіз фінансового планування ПАТ «Макаронна фабрика» показав, що планування на даному підприємстві є неефективним та потребує вдосконалення.

Досягти ефективності фінансового стану ПАТ «Макаронна фабрика» можна за рахунок збільшення вхідних та зменшення вихідних грошових потоків. Підвищення розмірів вхідних грошових потоків можливе за рахунок збільшення виручки від реалізації, а саме:

- збільшення кількості реалізованої продукції;
- підвищення середньої реалізаційної ціни;
- зниження собівартості продукції.

Збільшувати кількість реалізованої продукції можна шляхом збільшення обсягів її виробництва. Але збільшення кількості реалізованої продукції веде до збільшення прибутку лише при тій умові, що виробництво цієї продукції є прибутковим. Збільшення реалізації збиткової продукції веде до збільшення суми збитку підприємства, що є негативним явищем, бо веде до втрати оборотних активів, знижує платоспроможність підприємства.

Тому для ПАТ «Макаронна фабрика» доцільно буде здійснити такі заходи:

- скоротити кількість посередників;
- встановити систему цінових знижок;
- здійснювати закупівлю окремих товарів за кордоном;
- розширювати власне виробництво;
- розширювати експорт товарів;
- розширювати систему торговельних послуг;
- вжити ефективні рекламні заходи;
- зменшувати рівень постійних витрат зокрема за рахунок впровадження енергозберігаючих заходів.

Для підвищення ділової активності ПАТ «Макаронна фабрика» необхідно проводити комплекс заходів, пов'язаних з поліпшенням збуту продукції (робіт, послуг), підвищенням конкурентоспроможності підприємства щодо асортименту, цін та якості пропонованої продукції.

Для цього необхідно проводити наступні заходи:

- заходи щодо підвищення гнучкості та маневреності асортименту продукції у рамках виробничих або торговельно-технологічних можливостей підприємства;
- розробити особливу цінову тактику, що спрямована на розширення обсягів збуту за рахунок прийнятної ціни.

У рамках маркетингової діяльності, як на ПАТ «Макаронна фабрика», так і на інших підприємствах харчової галузі, доцільно здійснити наступні заходи щодо просування продукції на ринку збуту, стимулювання збуту, вдосконалення механізмів розрахунку:

- виробити систему диференційних розцінок для гуртових та дрібно гуртових покупців, постійних клієнтів (об'єктів громадського харчування, магазинів і т. д.);
- надати гуртовим покупцям додаткові послуги, пов'язані з складським та транспортним обслуговуванням;
- розширити мережу збуту шляхом створення власних фірмових магазинів.

Проведення в життя зазначених заходів дозволить в короткий термін вдосконалити існуючу систему постачання сировини (якість та ритмічність надходжень), а також значно збільшити обсяг

реалізації товарів.

На відміну від інших заходів спрямованих на підвищення кредитоспроможності підприємства, заходи цього блоку носять стратегічний характер і вимагають значних витрат. Щодо кожного заходу обов'язково необхідно визначити очікуваний результат, які кошти необхідні для його досягнення і який реальний термін досягнення намічених результатів [6].

Кожне підприємство харчової галузі для підвищення ефективності фінансового планування повинне також враховувати кон'юнктуру ринку – стан попиту і пропозиції на товар, рівень конкуренції. Іноді підприємству вигідно дещо знизити ціну на товар, якщо попит на цей товар є еластичним. Тоді зменшення прибутку за рахунок зменшення ціни буде компенсовано збільшенням прибутку за рахунок збільшення кількості реалізованої продукції.

Висновки

Таким чином, фінансове планування є надзвичайно важливим для ефективного функціонування підприємства та його беззбиткової діяльності. Головне завдання оцінки фінансового стану підприємства – своєчасно виявити й усунути недоліки у фінансовій діяльності, знайти управлінські рішення для поліпшення фінансового стану підприємства та уникнути його банкрутства. Сформовано напрямки покращення стану фінансового планування підприємств харчової промисловості на прикладі ПАТ «Макаронна фабрика».

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Кобець В. В. Бюджетування як інструмент управлінського планування діяльності підприємства / В. В. Кобець, П. А. Фісуненко // Економічний форум. – 2014. – Вип. 3. – С. 130-132. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/ecfor_2014_3_22.pdf
2. Надточій С. І. Прогнозування та планування (бюджетування) грошових потоків підприємства як складові елементи системи управління ними / С. І. Надточій // Формування ринкових відносин в Україні. – 2014. – №11. – С.65-69.
3. Сутність бізнес-планування та призначення бізнес-плану / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://buklib.net/books/29678>. – Назва з екрану.
4. Ястремська О. М. Якість формування фінансової стратегії підприємства / О. М. Ястремська // Фінанси України. – 2012. – №6. – С. 121-128.
5. Обущак Т. А. Сутність фінансового стану підприємства. Т. А. Обущак // Актуальні проблеми економіки. – 2012. – № 9. – С. 92–98.
6. Марцин В. С. Надійність, платоспроможність та фінансова стійкість - основні складові оцінки фінансового стану підприємства. В. С. Марцин // Економіка, фінанси, право. – 2011. – №7. – С. 26-29.
7. Зянько В. В. Фінансовий аналіз та звітність. Практикум / В. В. Зянько, І. Ю. Єпіфанова. – Вінниця: ВНТУ, 2008. – 83 с.
8. Єпіфанова І. Ю. Перспективи економічного зростання промислових підприємств / І. Ю. Єпіфанова, М. В. Бальзан // Вісник Чернігівського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки. – 2014. – № 4. – С. 327-331.

Наталія Олександрівна Паламарчук – студентка групи МОФ-15сп, факультет Менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: nataly.desemy@gmail.com

Науковий керівник: **Ірина Юріївна Єпіфанова** – канд. екон. наук, доцент кафедри фінансів, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця

Palamarchuk Nataliya O.- Department of finance, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, email: nataly.desemy@gmail.com.

Supervisor: **Yepifanova Irina U.** — Cand. Ec. (Eng), Assistant Professor of finance, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.

НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА

¹ Вінницький національний технічний університет

Анотація

Розкрито сутність і значення поняття “фінансовий стан підприємства”. Обґрунтована важливість горизонтальної та вертикальної інтеграції підприємств. Визначені основні напрями покращення фінансового стану підприємств в сучасних умовах розвитку економіки України.

Ключові слова: підприємство, фінансовий стан, горизонтальна інтеграція, вертикальна інтеграція, дебіторська заборгованість, факторинг, форфейтинг.

Abstract

The essence and meaning of "financial condition". The possibility of horizontal and vertical integration of enterprises. The main areas of improvement in the financial situation of enterprises in modern conditions economic development of Ukraine.

Keywords: business, financial condition, horizontal integration, vertical integration, receivables factoring, forfeiting.

Вступ

Для сучасної економіки характерна швидка мінливість навколишнього середовища, в якому функціонують підприємства різних форм власності. Зміни в економічній, політичній, соціальній сферах зумовлюють необхідність постійного оцінювання суб'єктами господарювання своєї діяльності, задля збереження можливості конкурувати на ринку. Це потребує розробки напрямів вдосконалення та управління фінансовим станом підприємства задля підвищення ефективності його діяльності.

Метою статті є визначення сутності фінансового стану підприємства та обґрунтування напрямів його вдосконалення.

Результати дослідження

Існування підприємства, як відкритої системи, вимагає постійного моніторингу навколишнього середовища в якому воно знаходиться та аналізу власної діяльності, враховуючи її результативність та уміння управляти власними коштами і ресурсами. Адже основним засобом отримання підприємством конкурентних переваг є пошук шляхів підвищення ефективності господарської діяльності та удосконалення фінансового стану. Хоча на сьогоднішній день не має чіткого визначення сутності поняття “фінансовий стан підприємства”.

Так, на думку М. Я. Коробова, під цим поняттям треба розуміти складну, інтегровану за багатьма показниками характеристику якості діяльності підприємства, його забезпеченості необхідними фінансовими ресурсами і раціонального їх розміщення для здійснення ефективної господарської діяльності та своєчасних грошових розрахунків за своїми зобов'язаннями [1]. Із цього визначення випливає, що стійкість фінансового становища підприємства великою мірою залежить від правильності вкладення підприємством фінансових ресурсів у активи. А. М. Поддєрьогін ніби доповнює вищенаведене визначення фінансового стану підприємства, розглядаючи його як комплексне поняття, яке є результатом взаємодії всіх елементів системи фінансових відносин підприємства, визначається сукупністю виробничо-господарських факторів і характеризується системою показників, що відображають наявність, розміщення і використання фінансових ресурсів [2].

Основними елементами, які визначають фінансовий стан підприємства є: прибутковість його господарської діяльності; оптимальність розподілу прибутку, що залишився у розпорядженні підприємства після сплати податків та обов'язкових платежів; наявність власних фінансових ресурсів; раціональність розміщення основних і обігових фондів; платоспроможність та ліквідність [3].

Невідповідність даних елементів нормативним чи запланованим значенням свідчить про необхідність пошуку резервів задля підвищення фінансового стану підприємства.

Умовно напрями в яких може діяти підприємство, щоб покращити власне становище, можна поділити на три великі групи:

- збільшення вхідних та зменшення вихідних грошових потоків;
- мобілізація внутрішніх резервів;
- економічна інтеграція.

Вхідні грошові потоки – це ті, що формуються з доходів від основної (операційної), інвестиційної та фінансової діяльності. Вихідні грошові потоки – ті, що складаються, відповідно, з виробничих, (операційних), інвестиційних та фінансових витрат. Якщо вхідні грошові потоки за своїми розмірами перевищують вихідні, то такий грошовий потік називають додатнім, а якщо вихідні грошові потоки за своєю абсолютною величиною перевищують вхідні – від’ємним. Від’ємний грошовий потік свідчить про відплив грошових ресурсів з підприємства [4, с.108]. Отже, підприємству необхідно збільшувати вхідні та зменшувати вихідні грошові потоки, шукаючи оптимальне співвідношення власного і позикового капіталу, яке забезпечило б мінімальний фінансовий ризик при максимальній рентабельності власного капіталу. Оптимізація ліквідності підприємства базується на системі заходів, пов’язаних із зменшенням фінансових зобов’язань та збільшенням грошових активів, що забезпечують ці зобов’язання.

Підвищення розмірів вхідних потоків можливе за рахунок: збільшення виручки від реалізації; продажу частини основних фондів; рефінансування дебіторської заборгованості [5].

Збільшення виручки від реалізації можна досягти шляхом нарощення обсягів реалізації та підвищення цін. Для того щоб наростити обсяги реалізації продукції доцільно максимально активізувати збутову політику підприємства. А для нівелювання цінами воно повинно правильно обрати цінову стратегію, чи то стратегія “збирання вершків” для досконало нового продукту на ринку, чи стратегія “низьких цін” для проникнення на ринок.

Зменшення вихідних грошових потоків можливе за рахунок: зменшення постійних витрат; зменшення рівня умовно-змінних витрат; відтермінуванням виплат дивідендів та відсотків [5]. Зменшення витрат можливо досягти за рахунок зниження витрат сировини та матеріалів, палива та енергії на одиницю продукції, зниження витрат заробітної плати на одиницю продукції, скороченням адміністративно-управлінських витрат, ліквідацією непродуктивних витрат і втрат.

Рефінансування дебіторської заборгованості може здійснюватися шляхом факторингу, дисконтуванням векселів, форфейтингом.

Наступним напрямом покращення фінансового стану є мобілізація внутрішніх резервів, що включає в себе: реструктуризацію активів підприємства; зміну структури та складу активів балансу; перетворення в грошову форму наявних матеріальних та фінансових активів [6].

Внутрішні резерви підприємства складаються з явних та прихованих. Виявлення явних резервів здійснюється через ліквідацію: втрат окремих видів ресурсів, перевищення норм їх витрачання. Шляхами удосконалення фінансового стану підприємства через виявлення прихованих резервів є: здача в оренду основних фондів, які не повною мірою використовуються у робочому процесі; використання зворотного лізингу.

Завершальною групою напрямів покращення фінансового стану підприємства є їх економічна інтеграція, що розподіляється на горизонтальну та вертикальну.

Горизонтальна інтеграція є поєднанням в одній формі виробництва різномірної продукції на єдиній сировинній чи технологічній основі і передбачає пошук можливостей здійснення закупівель разом з іншим покупцем [7]. Вона є досить привабливою для підприємств в яких немає достатнього рівня забезпеченості власними обіговими коштами та від’ємне значення маневреності капіталу. Тому ці підприємства об’єднуються шляхом злиття або придбання і в результаті створюються кращі можливості для здійснення їхньої діяльності.

Вертикальна інтеграція є поєднанням в одній формі різних галузей виробництва, що сприяє об’єднанню з ключовими постачальниками сировини та матеріалів. Також вона передбачає проведення моніторингу цін на сировину, виходу на ринок нових потенційних постачальників як альтернативу більш дорогим матеріалам [7]. Перевагами вертикальної інтеграції є можливість контролювати ціни на сировину та матеріали, знижувати витрати, і тим самим покращувати конкурентне становище, забезпечувати своєчасне постачання сировини.

Висновки

Отже, фінансовий стан підприємства – це його реальна і потенційна фінансова спроможність забезпечити певний рівень фінансування поточної діяльності, саморозвиток та погашення зобов'язань перед іншими підприємствами і державою. Основними напрямками покращення фінансового стану підприємства є збільшення вхідних та зменшення вихідних грошових потоків; мобілізація внутрішніх резервів та економічна інтеграція.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Коробов М. Я. Фінансово-економічний аналіз діяльності підприємства / М. Я. Коробов. – К.: Знання, 2010. – 354 с.
2. Поддєрьогін, А. М. Фінанси підприємств : підручник / А. М. Поддєрьогін [Електронний ресурс] – 6-е вид., перероб. та доп. – К.: КНЕУ, 2008. – Режим доступу : <http://enbv.narod.ru/text/Econom/fp/str/21.html>. – 12.04.2013. – Назва з екрану.
3. Федоренко В. І. Оцінка та динаміка фінансового стану підприємства / В. І. Федоренко. – К.: Лебідь, 2010. – 227 с.
4. Зянько В.В. Оцінка кредитоспроможності підприємств на основі аналізу грошових потоків та застосування рейтингових вимірників / В.В. Зянько, В.Г. Фурик, В.В. Зянько, Т.В. Дремлюга // Вісник ВПІ. – 2010. – №5. – С.34-41.
5. Карпенко Г. В. Шляхи вдосконалення фінансового стану підприємства / Г. В. Карпенко // Економіка держави. – 2010. - №1. – С. 61-62.
6. Марцин В. С. Надійність, платоспроможність та фінансова стійкість – основні складові оцінки фінансового стану підприємства //Економіка, фінанси, право. – К., 2009. - №7. – С.26-29.
7. Кузьменко В. П. Вертикальна інтеграція як фактор економічного зростання країн / В. П. Кузьменко. – К.: Знання, 2010. 256 с.

Анастасія Миколаївна Ковбасюк – студентка групи МОф-15сп, факультет менеджменту, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: kovbasyuk.anastassya2379@mail.ru

Науковий керівник: **Віталій Володимирович Зянько** – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри фінансів, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Kovbasyuk Anastasia M. - student MOF-15sp, Faculty of Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: kovbasyuk.anastassya2379@mail.ru

Supervisor: **Zyanko Vitaliy V.** - Doctor of Economics, Professor, Head of Finance, Vinnytsia National Technical University. Vinnitsa.

СУТНІСТЬ АНАЛІЗУ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ КОМЕРЦІЙНОГО БАНКУ

¹ Вінницький національний технічний університет

Анотація

Розкрито сутність аналізу фінансових результатів діяльності комерційного банку. Систематизовано методи аналізу фінансових результатів. Виявлено основні показники, що характеризують прибутковість банківської установи.

Ключові слова: фінансові результати, прибуток, прибутковість.

Abstract

There has been developed the essence of the analysis of financial results of commercial bank activities. Methods of the financial results analysis were systematized. Main indicators which characterizing the profitability of banking institutions were identified.

Keywords: financial results, profit, profitability.

Вступ

Аналіз фінансових результатів діяльності комерційного банку є одним з найважливіших напрямків в його роботі. З його допомогою можна пов'язати елементи державного регулювання та нагляду за діяльністю банків з цілями внутрішньобанківського аналізу. Аналіз фінансових результатів діяльності банку дозволяє контролювати дотримання встановлених банками пропорцій і нормативів.

Метою роботи є систематизація підходів до здійснення аналізу фінансових результатів діяльності банку.

Результати дослідження

Основним напрямом аналізу фінансових результатів банківської діяльності є прибутковість функціонування банку, що дає змогу судити про ефективність його роботи.

Аналіз результативності банківської діяльності починається з аналізу доходів і витрат, а закінчується дослідженням прибутку. Прибуток комерційного банку як і будь-якого суб'єкта господарювання визначається як різниця між його відповідними доходами та витратами.

Прибуток характеризує стійкість кредитної установи. Він необхідний для створення адекватних резервних фондів, стимулювання персоналу і керівництва до розширення та вдосконалення операцій, скорочення витрат і підвищення якості послуг, що надаються, і, зрештою, для збільшення капіталу, який дає змогу розширити обсяги і поліпшувати якість наданих послуг [1].

Оскільки прибуток банку відповідає напрямам його діяльності, то прийнято виділяти:

- фінансові результати від операційної діяльності;
- фінансові результати від не операційної діяльності;
- фінансові результати від здійснення кредитних операцій;
- фінансові результати від операцій з цінними паперами;
- фінансові результати від операцій з іноземною валютою тощо [2].

Дослідження фінансових результатів за джерелами їх формування дає змогу всебічно оцінити прибуток банку за його складовими та утворюючими факторами.

Узагальнюючи вищенаведене, можна зробити висновок, що прибуток – це не безпосередній об'єкт управління, оскільки його абсолютна величина є результуючим показником і безпосередньо залежить від зміни абсолютних величини інших фінансових показників діяльності суб'єкта господарювання – його доходів та витрат.

Детальний аналіз ефективності функціонування банківської системи проводиться за допомогою методів аналізу банківської діяльності комерційного банку з використанням статистичних, економіко-математичних, облікових та інших способів обробки інформації.

Для проведення аналізу фінансових результатів банківської діяльності використовуються різні методи, основні з них можна подати у вигляді схеми, що наведена на рис. 1 [3].

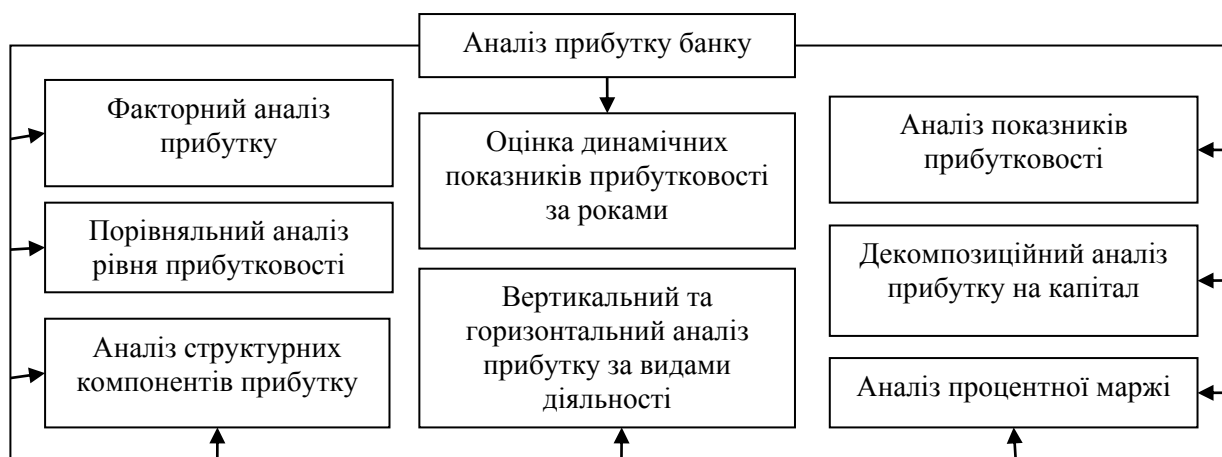


Рисунок 1. Методи аналізу фінансових результатів банківської діяльності

Як зазначає Коваленко С.В., найважливішими показниками аналізу прибутковості банку є наступні [4]:

- прибутковість активів (ROA) – розраховується як відношення чистого прибутку (після оподаткування) до середньої вартості активів; характеризує ефективність використання всіх ресурсів, котрі банк отримав у своє розпорядження;
- прибутковість капіталу (ROE) - це відношення чистого прибутку до статутного фонду банку; характеризує дохідність акціонерного капіталу.

Прибутковість активів розраховується за такою формулою [4]:

$$ROA_1 = \frac{P}{\bar{A}}, \quad (1)$$

де P – чистий прибуток;

$\bar{A}$ - середньорічна загальна вартість активів.

Даний показник іноді використовують як коефіцієнт оцінки діяльності керівництва банку, тобто для оцінки якості системи управління.

На практиці вважається: якщо рівень прибутковості активів перевищує 1 %, то банк працює рентабельно.

Прибутковість капіталу розраховується за формулою [4]:

$$ROE_1 = \frac{P}{\bar{K}}, \quad (2)$$

де P – чистий прибуток;

$\bar{K}$ - середньорічна вартість капіталу.

Оптимальне значення даного показника не має бути нижчим 15 %. Співвідношення прибутку та власного капіталу є показником стабільності. Аналіз цього коефіцієнта дає змогу прогнозувати стійкість прибутковості банку, а розглядаючи коефіцієнт прибутковості капіталу, слід зіставити темпи зростання прибутку та власного капіталу.

Висновки

Таким чином, для повноцінного аналізу фінансових результатів діяльності банку необхідно здійснити дослідження його доходів, витрат, прибутку та розрахувати вплив чинників на зміну їх

структури. Доречним також стане аналіз складових прибутку та витрат на предмет рентабельності окремих напрямів банківської діяльності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Криклій О.А. Управління прибутком банку: навчальний посібник / О.А. Криклій, Н.Г. Маслак, І.В. Сало - Суми: ВТД «Університетська книга», 2007. - 314 с.
2. Бус. О. Оцінка прибутковості банку органами банківського нагляду / О.Бус // Банківська справа – 2010. - №1. – С. 41-52.
3. Сало І. В. Необхідність аналізу показників прибутку банку / І. В. Сало, О. О. Лисянська [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/pprbsu/2010_29/10_29_01.pdf
4. Коваленко С.В. Аналіз прибутку банків України / С.В. Коваленко // Молодіжний науковий вісник. УАБС НБУ – 2014. - №7. –С.50-60

Бардадин Олена Анатоліївна – студентка групи МОФ-14мс, факультет менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Науковий керівник: **Зянько Віталій Віталійович** – к.е.н., старший викладач кафедри фінансів, факультет менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Barbadyn Elena - Faculty of Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, email: bardadynhelena@gmail.com

Supervisor: Zianko Vitalii - Ph.D. in economics, senior lecturer, department of finance, Faculty of Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, email: vzyanko@gmail.com

РЕНТАБЕЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ОСНОВНИЙ ПОКАЗНИК ЕФЕКТИВНОСТІ ЙОГО ДІЯЛЬНОСТІ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

В статті розкрито економічну сутність поняття «рентабельність». Розглянуто основні показники рентабельності. Визначено джерела інформації для проведення аналізу рентабельності.

Ключові слова: рентабельність, прибуток, ефективність, підприємство, собівартість.

Abstract

In the article the economic essence of the concept of «profitability» is disclosed. The main indicators of profitability are considered. The sources of information for the analysis of profitability are determined.

Keywords: profitability, profit, efficiency, enterprise, cost price.

Вступ

В умовах ринкової економіки фінансові ресурси вкладаються в будь-яку діяльність за критерієм максимального прибутку. Через це рентабельність або, інакше кажучи, ефективність використання капіталу, відіграє важливу роль при визначенні фінансових результатів роботи підприємства. Адже менеджери та власник капіталу підприємства повинні завжди проводити оцінку будь-якого рішення у сфері управління коштами за допомогою порівняння витрат з прибутком. Важливим моментом також є те, що фінансові ресурси обмежені, а одержаний прибуток – це важливий фінансовий ресурс, який дозволяє знову вкладати кошти та отримувати нові прибутки.

Основною метою проведеної роботи є систематизація та огляд основних підходів щодо сутності рентабельності як основного показника ефективності.

Результати дослідження

Перш за все слід зазначити, що одержання прибутку є основною ціллю підприємницької діяльності, та не менш важливим є і забезпечення високого показника рентабельності господарської діяльності підприємства.

Слід відмітити, що відносний показник рентабельності (на відміну від показника прибутку, який є абсолютним) відображає ступінь прибутковості підприємства. Таким чином, рентабельність означає як економічну категорію, результативний показник, так й інструмент розрахунку чистого доходу суспільства, джерело формування різних фондів [1].

Відомо що вчені, які досліджували рентабельність, трактували її як:

- один із головних вартісних показників ефективності виробництва, який характеризує рівень віддачі активів і ступінь використання капіталу у процесі виробництва [2];
- стан фірми, коли сума витрат від реалізації продукції покриває витрати на виробництво і реалізацію цієї продукції [3];
- прибутковість підприємства або підприємницької діяльності [4];
- відносний показник рівня підприємства, що характеризує ефективності роботи підприємства у цілому, дохідність різних напрямів діяльності [5].

Поняття «рентабельність» з позиції підприємства, держави або іншого споживача, має різні значення, але в кожному з випадків воно означає вигоду. Коли певне підприємство працює рентабельно, то це показує, що клієнт, купуючи товар або отримуючи певні послуги саме в цього підприємства (його магазинах, складах чи офісах), одержує задоволення від покупки або послуги, і за рахунок податків на рентабельність держава може підтримувати збиткові об'єкти та вирішувати пріоритетні соціальні задачі [1].

Економічною сутністю рентабельності є те, що цей показник відображає частку прибутку, що отримується на одну одиницю витрачених ресурсів, і визначається відношенням прибутку до витрачених ресурсів.

Є кілька великих груп показників, які складають систему показників рентабельності:

- показники, що базуються на витратному підході (характеризують окупність витрат підприємства та інвестиційних проектів);
- показники, які характеризують прибутковість продажу (характеризують ефективність комерційної діяльності та відображають суму прибутку, яку отримує підприємство з кожної гривні продажу);
- показники, основані на ресурсному підході (використовуються для визначення прибутковості ресурсів або капіталу підприємства) [2, 6-7].

Таким чином, можна підсумувати, що показники рентабельності – це відносні характеристики фінансових результатів підприємства і ефективності його діяльності. Вони описують доходність підприємства з різних сторін і групуються за інтересами учасників економічного процесу та ринкового обміну.

В свою чергу ефективність — це така відповідність ресурсів результатам виробництва, за якої одержують вартісні показники ефективності виробництва [5].

Щоб визначити, продукція яких видів і які саме господарські підрозділи забезпечують найбільшу прибутковість, потрібно провести аналіз рівнів. Так як в сучасних умовах на фінансову стійкість впливають спеціалізація і концентрація виробництва, то такий аналіз стає особливо важливим.

Отже таким чином зовсім не дивно, що суть показників рентабельності досить ретельно досліджується в підручниках з економічних наук, а роль і значення цього показника полягають у наступному:

1. Показник рентабельності - один з основних критеріїв, що використовуються при оцінці ефективності роботи підприємства;
2. Метою підприємств за умов ринкової економіки є підвищення рентабельності;
3. Рентабельність є результативним, якісним показником діяльності підприємства;
4. Чим вища рентабельність, тим більша фінансова стійкість підприємства;
5. Підвищення показників рентабельності дозволяє вільно конкурувати підприємству на ринку;
6. Для акціонерів і засновників важливість показників рентабельності в тому, що при їх збільшенні зростає й інтерес до даного підприємства, а як наслідок, ростуть ціни на акції;
7. За допомогою показників рентабельності підприємці можуть оцінити привабливість бізнесу в певній сфері [8].

Звичайно, кожне підприємство прагне до підвищення показників рентабельності. Щоб цього досягти, необхідно підвищувати якість продукції, що виробляється; зменшувати собівартість і втрати трудових і матеріальних ресурсів, продуктивніше використовувати обладнання та ін.

Висновки

Отже, показники рентабельності показують величину прибутку, отриманого підприємством на одиницю понесених витрат, вкладених ресурсів, капіталу. Аналіз рентабельності дає змогу:

- з'ясувати, наскільки ефективним є вкладення коштів у підприємство та чи раціонально їх використовують;
- здатність певного підприємства випускати продукцію високої рентабельності, яка буде популярною серед споживачів та задовольнятиме їх потреби;
- підвищити конкурентоспроможність підприємства в умовах ринкової економіки, тощо.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Крамаренко Г.О. Фінансовий аналіз: підручник / Г. О. Крамаренко, О.Є. Чорна – К.: Центр учбової літератури, 2008. – 392 с.
2. Бердар М. М. Фінанси підприємств: навч. посібн. / М. М. Бердар – К.: Центр учбової літератури, 2010. – 352с.
3. Гринчуцький В. І. Економіка підприємства: навч. посібн./ В. І. Гринчуцький, Е. Т. Карапетян, Б. В. Погрішук – К.: Центр учбової літератури, 2010. – 304 с.

4. Горбонос Ф. В. Економіка підприємств: підручник / Ф. В. Горбонос, Г.В. Черевко, Н. Ф. Павленчик. - К. : Знання, 2014. - 463 с.
5. Березін О.В. Економіка підприємства: навч. посібн. / О.В. Березін, Л.М. Березіна, Н.В. Бутенко - К. : Знання, 2012. - 390 с.
6. Єпіфанова І.Ю. Формування та використання прибутку в системі забезпечення сталого розвитку підприємств// І. Ю. Єпіфанова, О. О. Сьома // Економічний простір: зб. наук. праць. - №67. - Дніпропетровськ: ПДАБА, 2012. - С. 248-254.
7. Зянько В.В. Фінансовий аналіз та звітність: практикум / В.В. Зянько, І.Ю. Єпіфанова. – Вінницький національний технічний ун-т. – Вінниця : ВНТУ, 2008. – 83с.
8. Богацька Н.М. Рентабельність підприємства та шляхи її підвищення / Н.М. Богацька, Н.Ю. Бурлачук // За матеріалами міжнародної конференції - [Електронний ресурс] - http://www.rusnauka.com/34_NNM_2014/Economics/10_179929.doc.htm – Ключові аспекти національної діяльності – 2010.

Ірина Вікторівна Безрученко – студентка групи МОФ-15м, факультет менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Науковий керівник: **Ірина Юрївна Єпіфанова** – канд. екон. наук, доцент кафедри фінансів, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця

Bezruchenko Iryna V.- Department of finance, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.

Supervisor: **Yepifanova Irina U.** — Cand. Ec. Sci (Eng), Assistant Professor of finance, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.

МЕТОДИКИ ОЦІНЮВАННЯ РІВНЯ ФІНАНСОВОГО ПЛАНУВАННЯ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

В роботі розглянуто теоретичні основи аналізу оцінювання ефективності фінансового планування на підприємстві, проаналізовано основні показники фінансово-господарської діяльності підприємства та проведено оцінювання ефективності його фінансового планування.

Ключові слова: фінансове планування, доходи і витрати, фінансовий план, інфляція, ринкова кон'юнктура.

Annotation

This paper reviews the theoretical foundations for the analysis efficiency of financial planning at the enterprise. The basic indicators of financial and economic activities and conducted evaluation of the effectiveness of the financial planning.

Keywords: financial planning, income and expenses, financial plan, inflation, market conjuncture.

Вступ

У сучасних умовах роль фінансового планування принципово змінилася на відміну від часів централізовано керованої економіки. В ринковій економіці підприємства зацікавлені в тому, щоб реально оцінювати свій нинішній фінансовий стан та на найближчу перспективу. Це потрібно для того, щоб, по-перше – досягти успіху в своїй господарській діяльності; по-друге, щоб своєчасно виконати свої зобов'язання перед бюджетом, соціальними фондами, банками та іншими кредиторами, тим самим захистивши себе від штрафних санкцій.

Метою роботи є підвищення рівня фінансового планування на підприємстві.

Результати дослідження

Більшість науковців визначають поняття «рівень фінансового планування» як комплексне, що характеризується системою показників, які відображають наявність, розміщення та використання фінансових ресурсів підприємства. Так, у фінансовому словнику-довіднику за редакцією М. Я. Дем'яненка серед характеристик рівня фінансового планування на перший план виступає якісна сторона діяльності підприємства, зокрема зазначається, що: «Фінансовий стан підприємства - це комплексне поняття, що відображає якісну сторону його виробничої та фінансової діяльності та є результатом реалізації усіх елементів зовнішніх і внутрішніх фінансових відносин підприємства. Він характеризується системою показників, які відображають стан капіталу в процесі його кругообігу, здатність розраховуватися за своїми зобов'язаннями і забезпечувати ефективне фінансування своєї виробничої діяльності на певний момент часу» [3, с.507]. Комплексним розглядає це поняття і В. В. Осмоловський, наголошуючи на тому, що рівень фінансового планування «характеризується забезпеченістю фінансовими ресурсами, необхідними для нормальної виробничої діяльності комерційних та інших суб'єктів господарювання, доцільністю й ефективністю їх розміщення і використання, фінансовими взаємовідносинами з іншими суб'єктами господарювання, платоспроможністю та фінансовою стійкістю» [1, с.188]. Як бачимо, основний акцент у цьому визначенні автор робить на забезпеченості підприємства необхідними фінансовими ресурсами та ефективності їх розміщення і використання, від чого залежить платоспроможність та фінансова стійкість підприємства.

Г.В. Савицька трактує фінансовий стан підприємства, як економічну категорію, яка відображає стан капіталу в процесі його кругообігу та спроможність суб'єкта до саморозвитку на фіксований момент часу [2, с.169]. Особливість даного визначення полягає в тому, що автор розглядає

фінансовий стан, як економічну категорію і підкреслює, що фінансовий стан підприємства відображає стан капіталу у процесі його кругообігу та спроможність підприємства до саморозвитку саме на фіксований момент часу, тобто сьогодні і тільки, тому що на завтра ситуація вже може бути іншою.

Існують й інші визначення фінансового стану підприємства, у яких дається не комплексна його характеристика, а підкреслюються окремі сторони, на яких дослідники акцентують свою увагу. Наприклад, А. Д. Шеремет, Р. С. Сайфулин та Є. В. Негашев визначають фінансовий стан підприємства як співвідношення структур його активів і пасивів, тобто засобів підприємства і їхніх джерел [4, с.208]. Проте з цього визначення не видно про що можуть свідчити такі співвідношення, а оскільки вони будуть різними навіть в аналогічних підприємств, то доцільно було б на це також звернути увагу.

Із приведених вище визначень можна зробити висновок, що фінансовий стан визначає реальну та потенційну фінансову спроможність підприємства забезпечувати фінансування поточної господарської діяльності, певний рівень саморозвитку підприємства та погашення зобов'язань перед суб'єктами господарювання.

Поняття фінансового стану втілюється та конкретизується у групах показників, які характеризують різні аспекти діяльності підприємства, адже саме її ефективність та відповідно кінцеві результати є основним мірилом стабільності фінансового стану та фундаментом його формування [3, с. 344]. Такими показниками є: загальна вартість майна підприємства, власний капітал, залучений капітал, оборотні активи, необоротні активи.

Аналіз основних фінансово-економічних показників діяльності здійсимо на прикладі ПАТ «Володарка» згідно з розрахунків наведених в табл. 1

Таблиця 1 – Основні фінансово-економічні показники діяльності ПАТ «Володарка», тис. грн.

Показники	2013 рік	2014 рік	Абсолютна зміна, тис. грн.	Темп приросту %
1. Загальна вартість майна підприємства	25810	24086	-1724	-6,68
2. Власний капітал	19400	18043	-1357	-6,99
3. Залучений капітал	4487	4542	55	1,23
4. Оборотні активи	11061	10414	-647	-5,85
5. Необоротні активи	14749	13672	-1077	-7,3

З таблиці 2.1 видно, що на 2014 рік зменшився власний капітал на 1357 тис. грн. (6,68 %), а також зменшився залучений капітал – 55 тис. грн. Це зменшення становить 1,23 %, частка майна підприємства, яка фінансується за рахунок коштів власників і власних засобів підприємства.

У 2014 році відбулося зменшення оборотних активів на 647 (5,85 %). Це можна визнати позитивною тенденцією, оскільки прискорення розрахунків є важливим чинником прискорення оборотності оборотних активів.

Судячи з вищенаведених показників, таке коливання фінансових результатів могло відбутися внаслідок збільшення необоротних та зменшення оборотних фондів.

Отже, аналіз основних фінансово-економічних показників діяльності підприємства дозволяє оцінити ефективність фінансового планування на підприємства й є необхідним для того, щоб одержати певну кількість основних, найінформативніших параметрів, які дають об'єктивну та точну картину фінансово-господарського стану підприємства.

Висновки

Порівнюючи різні визначення поняття «фінансовий стан підприємства» можна дати таке узагальнююче його визначення: фінансовий стан визначає реальну та потенційну фінансову спроможність підприємства забезпечувати фінансування поточної господарської діяльності, певний рівень саморозвитку підприємства та погашення зобов'язань перед суб'єктами господарювання

Кількісно фінансовий стан підприємства вимірюється системою показників, на підставі яких здійснюється його оцінка.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Осмоловский В. В. Теория анализа хозяйственной деятельности / В.В. Осмоловский Минск: Новое знание, 2009. - 307 с.
2. Савицкая Г. В. Анализ хозяйственной деятельности / Г.В. Савицкая // Учебное пособие. М.: ИНФРА-М, 2007. - 285 с.
3. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: Учебное пособие. / Под ред. А. И. Алексеевой. - М.: Финансы и статистика, 2006. - 528 с.
4. Шеремет А.Д., Сайфулин Р.С., Негашев Е.В. / Методика финансового анализа. – М.: ИНФРА-М, 2008. – 208 с.

Алла Вікторівна Козуб – студентка групи МОф-15 сп., факультет менеджменту, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: kozub-5@ukr.net.

Науковий керівник: **Віталій Володимирович Зянько** – д.е.н., професор, завідувач кафедри фінансів, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Kozub Alla V. – Department of Finance, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia: email: kozub-5@ukr.net.

Supervisor: **Zianko Vitaliy V.** – Dr. sc. (Eng.), Professor, Head of finance, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.

АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ ФІНАНСОВОЇ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Досліджено теоретичні і практичні аспекти управління фінансовою діяльністю та рентабельністю банківських установ; виявлено проблеми організаційно-економічного механізму забезпечення рентабельності діяльності комерційних банків в Україні; запропоновано напрями та заходи вдосконалення організаційно-економічного механізму забезпечення рентабельності діяльності комерційних банків.

Ключові слова: банківська діяльність, рентабельність, економічний аналіз, прибутковість, фінансова діяльність, метод коефіцієнтів, трендовий метод.

Abstract

The changes taking place in recent years in Ukraine's economy dramatically affect the direction and pace of development of the banking system. It should be noted that in recent years the banking sector has become the dynamic characteristics of the system, which is characterized by high growth rates of assets, liabilities and capital and acquires qualitatively new features inherent to business market economy. But in the unstable economic situation which has developed in the country, the efficiency of banking largely depends on the changes that occur in the environment. This necessitates the development and application of science-based, organizational and economic management mechanisms profitability.

However, the changes of recent years, necessitate revision of existing provisions regarding management activities and develop new approaches to the management of banks' profitability taking into account not only the actual situation but also the prospects for their development.

Keywords: banking, profitability, economic analysis, profitability, financial activity coefficient method and trending method.

Вступ

Зміни, що відбуваються останнім часом в економіці України, кардинально впливають на напрями і темпи розвитку банківської системи. Слід констатувати, що в останні роки банківський сектор набув ознак динамічної системи, яка характеризується високими темпами зростання активів, зобов'язань і капіталу та набуває якісно нових ознак, властивих суб'єктам ринкової економіки. Але в умовах нестійкої економічної ситуації, що склалась у країні, ефективність банківської діяльності значною мірою залежить від змін, які відбуваються в зовнішньому середовищі. Це зумовлює необхідність розроблення та застосування науково-обґрунтованих, організаційно-економічних механізмів управління рентабельністю.

Результати дослідження

Зміни останніх років зумовлюють необхідність перегляду існуючих положень стосовно управління банківською діяльністю та розроблення нових підходів до управління рентабельністю банків з урахуванням не тільки реальної ситуації, а й перспектив їх розе

Серед вітчизняних науковців та економістів-практиків проблемами розвитку та підвищення рентабельності банків займалися І. Алексєєв, Ф. Бутинець, О. Вовчак, А. Герасимович, Н. Головач, О. Заруба, Г. Карчева, О. Ковалюк, М. Козоріз, О. Копилук, І. Івашина, Б. Луців, М. Могильницька, А. Мороз, І. Парасій-Вергуненко, Л. Примостка, Т. Раєвська, К. Раєвський, Т. Смовженко, І. Сало, Р. Слав'юк, Р. Тиркало, Ф. Турко, О. Шевцова, О. Ковалюк та інші [1]. Однак зміни останніх років зумовлюють необхідність перегляду існуючих положень стосовно управління банківською діяльністю та розроблення нових підходів до управління рентабельністю банків з урахуванням не тільки реальної ситуації, а й перспектив їх розвитку.

Метою статті є розроблення практичних рекомендацій щодо вдосконалення організаційно-економічного механізму забезпечення рентабельності діяльності комерційних банків на основі обґрунтування теоретичних і практичних аспектів управління їх фінансовою діяльністю та рентабельністю.

Аналіз основних показників діяльності банку варто розпочинати з оцінки його активів і пасивів. Дослідження активів банку полягає у використанні аналітичних прийомів, спрямованих на визначення загального обсягу коштів, які перебувають у розпорядженні банку, їх структури і динаміки в аналітичному періоді [2].

Функціонування будь-якої системи, зокрема банківської, спрямоване на підвищення ефективності її діяльності та забезпечення сталого розвитку. Низький рівень ефективності діяльності банків свідчить про обмежені можливості їх розвитку, невисоку конкурентну спроможність, підвищену чутливість до ринкових ризиків, неефективне управління активами й пасивами, і в разі наявності тенденцій до погіршення може призвести до серйозних проблем у діяльності банків, а несвоєчасне вжиття необхідних заходів – до банкрутства.

Отже, діяльність банків завжди повинна характеризуватися достатнім рівнем ефективності, який складно забезпечувати в умовах високої конкуренції, особливо коли дохідність банківських операцій падає, а впровадження нових банківських технологій і продуктів потребує дедалі більших витрат [5]. Один із головних вартісних показників ефективності є рентабельність (прибутковість).

Оцінка рентабельності банківської діяльності є також одним із найважливіших завдань економічного аналізу, вирішення якого ґрунтується на застосуванні методу коефіцієнтів та трендового методу.

Сутність методу коефіцієнтів полягає у побудові системи взаємозв'язаних показників, які всебічно характеризують стан і динаміку об'єкта дослідження. Розраховані коефіцієнти дають змогу фінансовому аналітику поглибити висновки про рентабельність банку, оскільки абсолютні значення дають повну картину лише у виняткових випадках.

Трендовий метод ґрунтується на екстраполяції (продовженні в майбутньому) виявленої під час аналізу кон'юнктурної тенденції на прогнозований період кон'юнктурної тенденції на прогнозований період (з урахуванням змін стадій кон'юнктури). Цей метод може використовуватись лише для короткотермінового прогнозування.

Показники рентабельності розраховують за результатами діяльності банку за рік. При розрахунках за квартал чи півріччя показники необхідно приводити до річного рівня. Основними показниками, які характеризують рентабельність банку, є такі: норма прибутку на капітал (рентабельність капіталу); рентабельність активів; рентабельність витрат; чистий спред; чиста процентна маржа; рівень іншого операційного доходу.

На ефективність діяльності комерційного банку впливає ціла низка чинників, які також треба брати до уваги, найважливішими з них є такі: досягнення високого рівня екстенсивного розвитку регіональної мережі продажу банківських послуг, за якого регіональних відділень банків на одну тисячу мешканців в Україні в лася до європейського рівня; при цьому попит роздрібних клієнтів на послуги порівняно з показниками країн

ЄС значно менший; нерівномірність територіального покриття ринку регіональною мережею продажу банківських послуг, диференціація доступу населення до послуг банків у різних регіонах країни; зростання витрат банків на утримання філіальної мережі (оренда, банківське обладнання, персонал) [7]. Ці чинники зумовлюють необхідність вдосконалення механізму управління діяльністю комерційного банку.

У зв'язку з цим доцільно назвати кілька стратегічних напрямів удосконалення механізму управління банком, які спрямовані на поліпшення фінансових та ринкових позицій роздрібних банків у конкурентному середовищі:

1) виявлення та ліквідація неприбуткових і неперспективних відділень банків, котрі не спроможні отримувати прибуток як у поточній ситуації, так і в довгостроковій перспективі, тобто фактично послаблюють конкурентні позиції банку на ринку. Мета стратегії скорочення відділень у цьому випадку – зменшити операційні витрати і поліпшити фінансово-економічні показники та прибутковість банківської діяльності;

2) виявлення проблемних відділень, щодо яких необхідно застосувати заходи реструктуризації, оптимізації переліку послуг, реінжинірингу бізнес-процесів та поліпшення якості банківського обслуговування;

3) поступовий перехід до використання альтернативних каналів продажу банківських послуг, що має на меті як заміну класичних точок продажу банківських послуг на сучасніші, інноваційні точки доступу (банкомати, термінали, центри самообслуговування), так і масштабний розвиток каналів дистанційного обслуговування клієнтів завдяки кол-центрам і системам електронного банкінгу.

Висновки

Отже, в умовах нестійкої економічної ситуації, що склалась у країні, ефективність банківської діяльності значною мірою залежить від змін, які відбуваються в зовнішньому середовищі. Це зумовлює необхідність розроблення та застосування науково-обґрунтованих, організаційно-економічних механізмів управління рентабельністю.

Останні роки зумовлюють необхідність перегляду існуючих положень стосовно управління банківською діяльністю та розроблення нових підходів до управління рентабельністю банків з урахуванням не тільки реальної ситуації, а й перспектив їх розвитку. Оцінка рентабельності банківської діяльності є також одним із найважливіших завдань економічного аналізу, вирішення якого ґрунтується на застосуванні методу коефіцієнтів та трендового методу. Найважливішими чинниками впливу на рентабельність банку є: досягнення високого рівня екстенсивного розвитку регіональної мережі продажу банківських послуг, за якого кількість регіональних відділень банків на одну тисячу мешканців в Україні вже наблизилася до європейського рівня; при цьому попит роздрібних клієнтів на банківські послуги порівняно з показниками країн ЄС значно менший тощо.

Основними напрямками удосконалення механізму управління банком є: виявлення та ліквідація неприбуткових і неперспективних відділень банків, виявлення проблемних відділень, щодо яких необхідно застосувати заходи реструктуризації, оптимізації переліку послуг, реінжинірингу бізнес-процесів та поліпшення якості банківського обслуговування.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Жук О.І. Основні показники аналізу ефективності маркетингових інвестицій / Жук О.І. // Вісник "Економіка. Проблеми економічного становлення" - 2013 - №3 - с.44 – 50
2. Плотніченко С.Р. Підвищення економічної ефективності виробництва соняшнику в регіоні / Плотніченко С.Р., Сидорук Б.О. // Таврійського державного агротехнологічного університету (Інженерні науки) / За ред. М.Ф. Кропивка. –

Мелітополь: Вид-во Мелітопольська типографія «Люкс», 2013. - № 1 (21), том 2. – с.256 – 263.

3. *Холод Б.И., Ткаченко В.А., Сазонец И.Л.* Практика совершенствования оперативного управления: Монография. – Донецк, ИЭП НАН Украины, 2013 – 298 с.

Олена Олександрівна Гребенюк — студентка групи МОф-15м, факультет менеджмент організації, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: sde-face@ukr.net

Науковий керівник: **Зянько Віталій Володимирович** – доктор економічних наук, професор, відмінник освіти України, завідувач кафедри фінансів Вінницького національного технічного університету. Електронна адреса - <http://fk.vntu.edu.ua>

Elena Grebeniuk - student of MOF-15m, Faculty of Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: sde-face@ukr.net

Supervisor: **Zianko Vitaly Vladimirovich** - Doctor of Economics, professor, Excellent Education of Ukraine, Head of Finance Vinnytsia National Technical University. Email - <http://fk.vntu.edu.ua> Elena Grebenyuk - student of languages, 15m, Faculty of Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: sde-face@ukr.net

НАПРЯМКИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ВЛАСНОГО КАПІТАЛУ ВІТЧИЗНЯНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

В даній роботі висвітлено основні напрямки підвищення ефективності використання власного капіталу вітчизняними підприємствами. Розглянуто показники, які характеризують ефективне використання власного капіталу вітчизняними підприємствами.

Ключові слова: власний капітал, фінансова стійкість, показники рентабельності.

Abstract

This paper highlights the main directions of improving the efficiency of domestic enterprises equity. Indicators, which defined the efficiency of using the equity by domestic enterprises, are considered.

Keywords. Shareholders' equity, financial stability, profitability indicators.

Вступ

В умовах фінансової кризи та дефіцитності оборотних активів наявність власних фінансових ресурсів та їх ефективне використання є одним з визначальних факторів розвитку підприємств, а ефективність діяльності підприємства знаходиться в безпосередній залежності від того, наскільки швидко кошти, вкладені в активи, перетворюються в реальні гроші. У зв'язку із цим особливою актуальності набуває питання оцінювання ефективності використання власного капіталу промислових підприємств.

Метою даної роботи є формування напрямків підвищення ефективності використання власного капіталу промислових підприємств.

Результати дослідження

Ефективність роботи підприємства значною мірою залежить від якості управлінських рішень, що стосуються використання одержаного прибутку. Приймаючи ці рішення, власники (менеджери) повинні всебічно зважити напрямки першочергових вкладень, фінансових ресурсів, виходячи з фінансового стану підприємства, рівня його матеріально-технічної бази, соціального розвитку колективу, можливостей прибуткового розміщення коштів на ринку цінних паперів, у грошово-кредитній сфері тощо.

Динамізм, невизначеність, складність економічного середовища та процесів, що в ньому відбуваються, вимагають перегляду не лише сутності та змісту капіталу, як економічної категорії, а й концептуальних засад управління ним.

Ефективність діяльності підприємства значною мірою характеризується показниками ефективності використання капіталу [1]. Основними показниками ефективного управління власним капіталом та його наявності є показники рентабельності (це і якісний і кількісний показник ефективності діяльності будь-якого підприємства.) майна і капіталу, фінансової незалежності, то методами підвищення ефективності використання власного капіталу на підприємства служать методи, що підвищують ці показники на підприємстві [2-4]. Для того, щоб підприємство ефективно використовувало власний капітал, необхідно прагнути до мінімального залучення позичкового капіталу.

Для забезпечення ефективності використання власного капіталу необхідно звернути увагу на структуру власного капіталу підприємства, зокрема, провести варіантний аналіз, який дасть змогу

проаналізувати, за якого співвідношення власного та залученого капіталу показники рентабельності будуть найвищими, що в свою чергу буде позитивним в діяльності підприємства, оскільки в майбутньому за рахунок нерозподіленого прибутку можна буде додати до суми власного капіталу.

Крім того, необхідно оцінити та проаналізувати витратні статті балансу підприємства. Основну увагу при цьому необхідно приділити питанням ресурсозбереження: впровадженню прогресивних норм, нормативів і ресурсозберігаючих технологій, використанню вторинної сировини, організації діючого обліку і контролю за використанням ресурсів, вивченню і впровадженню передового досвіду в здійсненні режиму економії, матеріального і морального стимулювання працівників за економію ресурсів і скорочення непродуктивних витрат і втрат [5].

Одним з найскладніших питань в процесі оцінки ефективності використання власного капіталу є мінімізація його вартості та оптимізація структури.

Основним напрямом поліпшення використання капіталу підприємства є забезпечення максимального обсягу використання в господарській діяльності власних джерел фінансових ресурсів: чистого прибутку та амортизаційних відрахувань. Збільшення чистого прибутку в свою чергу підприємства можуть забезпечити шляхом підвищення збільшення оборотності та підвищення рентабельності власного капіталу. Збільшити обсяги фінансування за рахунок амортизаційних відрахувань можна за рахунок застосування прискореної амортизації основних засобів.

Залучення капіталу за рахунок зовнішніх джерел повинен проводитися з урахуванням вартості залученого капіталу.

Підприємство повинно відслідковувати середньозважену вартість капіталу і не допускати значного його росту. Критерієм є перевищення рентабельності власного капіталу, рентабельності інвестицій над середньозваженою вартістю капіталу.

Важливою частиною механізму управління капіталом на підприємстві є системи і методи його аналізу. Аналіз управління власним капіталом являє собою процес дослідження ефективності використання та формування капіталу на підприємстві з метою виявлення резервів поліпшення його використання і забезпечення ефективного розвитку підприємства.

Висновки

Таким чином, першочерговим напрямом підвищення ефективності власного капіталу підприємств в сучасних умовах є забезпечення використання власних фінансових ресурсів за рахунок внутрішніх джерел: чистого прибутку і амортизаційних відрахувань.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Бланк И.А. Управление формированием капитала / И. А. Бланк. - К.: «Ника-Центр», 2008. - 510 с.
2. Назаренко В.П. Шляхи підвищення ефективності використання власного капіталу підприємства // В.П. Назаренко, Дем'яненко І.В. [Електронний ресурс] // http://www.rusnauka.com/33_DWS_2010/33_DWS_2010/Economics/74376.doc.htm
3. Єпіфанова І. Ю. Фінансовий аналіз та звітність: практикум / В.В. Зянько, І.Ю. Єпіфанова. – Вінницький національний технічний ун-т. – Вінниця : ВНТУ, 2008. – 83с.
4. Єпіфанова І. Ю. Сучасні підходи до аналізу ефективності управління власним капіталом підприємства / І. Ю. Єпіфанова, І. В. Дрозд // Економічний аналіз: зб. наук. праць/ Тернопільський національний економічний університет. – Тернопіль : Видавничо-поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету “Економічна думка”, 2015. – Том 19. – № 2. – С. 71-76.
5. Шляхи фінансового оздоровлення суб'єктів господарювання [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://bibliograph.com.ua/deyatelnost-predpriyatiya-2/210.htm>

Дрозд Ірина Василівна - ст.гр.МОФ-15сп, факультет менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м.Вінниця, e-mail: ira_drozd_V@mail.ru

Науковий керівник: **Єпіфанова Ірина Юріївна** - к.е.н., доц. кафедри Фінансів Вінницький національний технічний університет, м.Вінниця

Iryna Vasylivna Drozd – the student of Vinnytsia National Technical University, e-mail: ira_drozd_V@mail.ru

Supervisor **Iryna Yuriyivna Yepifanova** – PhD in Economics, Associate Professor, Department of Finance, Vinnytsia National Technical University

ЕНЕРГОЗБЕРЕЖЕННЯ ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ ЧИННИК ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Розглянуто сутність поняття «енергозбереження». Визначено, що в сучасних умовах господарювання підприємства повинні використовувати інтенсивні чинники економічного зростання. Досліджено енергозбереження як інноваційний чинник економічного розвитку вітчизняних підприємств.

Ключові слова: економічний розвиток, розвиток, інновації, енергозбереження.

Abstract

The essence of the concept “energy saving” is considered. It is determined that in the current economic conditions the company must use intensive factors of economic growth. Energy saving is investigated as an innovative factor of economic development of domestic enterprises.

Keywords: economic development, development, innovation, energy saving.

Вступ

В сучасних умовах господарювання вітчизняні підприємства втрачають рівень конкурентоспроможності як на внутрішньому так і на зовнішніх ринках у зв'язку із суттєвим зростанням цін, спричинені ростом собівартості. Зростання собівартості спричинене як факторами, на які підприємства не здатні вплинути (інфляція, політична нестабільність, знецінення національної грошової одиниці, падіння рівня життя населення), так і такими, які частково можна коригувати, зокрема витрати на енергоносії. На сьогодні підприємства, які активно впроваджують енергозберігаючі заходи знаходяться у більш вигідних умовах порівняно із тими, хто реагує на чергове подорожчання енергоресурсів лише підвищенням цін на реалізовану продукцію.

Питання, пов'язані із енергозбереженням, розглядаються в роботах [1-3]. В окремих роботах [4-7] досліджено сутність економічного зростання та визначено інноваційні чинники економічного зростання. Разом з тим, потребує подальшого розгляду питання використання енергозберігаючих заходів як інноваційного чинника економічного зростання підприємств.

Метою даної роботи є обґрунтування напрямів підвищення рівня економічного розвитку підприємств за рахунок використання такого інноваційного чинника як енергозбереження.

Результати дослідження

Промислове підприємство, як певна система, для забезпечення своєї життєдіяльності прагне забезпечити свій економічний розвиток. Під економічним зростанням розуміють збільшення обсягів виробництва суспільного продукту на основі розширеного відтворення та якісного удосконалення факторів виробництва при ефективному використанні ресурсів та збереженні природного середовища з метою найбільш повного задоволення економічних і соціальних потреб нинішнього та майбутнього поколінь з урахуванням прогресивних стандартів життя людей [8].

Вітчизняні підприємства з метою забезпечення конкурентоспроможності мають активно впроваджувати енергозберігаючу політику на усіх рівнях своєї діяльності. В цілому, енергозбереження на підприємстві може впроваджуватись за різними напрямками:

- використання енергоефективного технологічного обладнання;
- впровадження енергозберігаючих розробок запропонованих за результатами енергоаудиту;
- термомодернізація будівель, споруд, які безпосередньо належать підприємству;

- використання сучасних підходів до генерації тепла, теплопостачання та опалення будівель і споруд, які сприятимуть скороченню витрат на енергетичні ресурси.

Впровадженню даних заходів передують проведення аудиту, метою якого є пошук напрямів неефективного використання ресурсів, напрямів економії ресурсів. При цьому підприємство з метою впровадження енергозберігаючих технологій може використовувати як вітчизняні та світові розробки, так і впроваджувати власні.

Якщо досліджувати впровадженні інновацій на промислових підприємствах, то можна помітити, що незважаючи на енергетичну кризу, спостерігається скорочення кількості впроваджених маловідходних та ресурсозберігаючих процесів (рис. 1).



Рис. 1. Динаміка впровадження маловідходних, ресурсозберігаючих процесів (побудовано за даними [9])

Однією з причин низької інноваційної активності та активності в сфері впровадження енергозберігаючих технологій є брак фінансових ресурсів та відсутність інвестицій. Разом з тим, не усі енергозберігаючі заходи потребують значних фінансувань. Крім того, менеджмент підприємства повинен пам'ятати про те, що належна мотивація персоналу також сприятиме ефективнішому використанню ресурсів. При цьому персонал може не лише економити ресурси, проте й продукувати нові інноваційні ідеї підвищення ефективності діяльності підприємства.

Висновки

Таким чином, в сучасних умовах підприємства мають забезпечувати належний рівень економічного зростання за рахунок інтенсивних чинників, в якості яких може виступати інноваційна діяльність та енергозберігаюча політика. Обидва чинники вимагають значної уваги керівництва не лише до фінансових, проте й трудових ресурсів. При цьому саме трудові ресурси за умови ефективної системи мотивації здатні сприяти подальшому економічному розвитку та підвищенню рівня конкурентоспроможності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Джеджула В. В. Енергозбереження промислових підприємств: методологія формування, механізм управління : монографія / В. В. Джеджула. – Вінниця: ВНТУ, 2014. – 346 с.
2. Djedjula V. Investment in energy saving actions of industrial enterprises / V. Djedjula // Actual problems of economics. – 2014. – № 1 (151). – Р. 163–170.
3. Сердюк Т. В. Організаційно-економічний механізм енергозбереження в промисловості : моногр. / Т. В. Сердюк. – Вінниця : УНІВЕРСУМ-Вінниця, 2005. – 154 с.
4. Стадник В. В. Системне забезпечення мотивації інноваційного розвитку підприємницьких структур [Текст]: моногр. / Хмельницький: ХНУ, 2009. – 271 с.
5. Єпіфанова І. Ю. Перспективи економічного зростання промислових підприємств / М. В. Бальзан, І. Ю. Єпіфанова // Вісник Чернігівського державного технологічного університету. Серія : Економічні науки. - 2014. - № 4. - С. 327-331.
6. Зянько В. В. Інноваційна діяльність підприємств та її фінансове забезпечення в умовах транзитивних змін економіки України. Монографія / В. В. Зянько, І. Ю. Єпіфанова, В. В. Зянько. – Вінниця : ВНТУ, 2015. – 172 с.

7. Джеджула В. В. Формування мотивації працівників промислових підприємств до впровадження інновацій / В. В. Джеджула, І. Ю. Єпіфанова // Стан та проблеми розвитку національної економіки в умовах перманентних кризових явищ / за ред. О. О. Непочатенко. – Умань : Видавець «Сочінський», 2015. – 199-205.

8. Салига К. С. Теорії економічного зростання підприємства / К. С. Салига // Вісник економічної науки України. – 2009. - №2. – С. 125-129.

9. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

Ірина Юріївна Єпіфанова – канд. екон. наук, доцент кафедри фінансів, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: epifanovairene@gmail.com.

Irina Yu. Yepifanova— Cand. Ec. Sci (Eng), Assistant Professor of finance, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: epifanovairene@gmail.com.

МЕТОДИ НАРАХУВАННЯ АМОРТИЗАЦІЇ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ

¹Вінницький національний технічний університет

Анотація

В статті узагальнено методичні підходи нарахування амортизації основних засобів. Розглянуто основні методи нарахування амортизації основних засобів та їх особливості.

Ключові слова: амортизація, основні засоби, методи нарахування амортизації.

Abstract

The article describes the methodological approaches and the generalized depreciation of fixed assets. Explores the issues of depreciation of fixed assets. Identifies the main methods of depreciation of fixed assets.

Keywords: depreciation, fixed assets, depreciation methods.

Вступ

Виробничо-господарська діяльність і фінансовий стан підприємств формуються під впливом різних факторів та умов. До них належать, зокрема, рівень забезпечення основними засобами, ефективність їх використання, ступінь зносу, правильність оцінки тощо. Найбільш ефективним інструментом фінансування оновлення основних засобів є амортизація. Наукове обґрунтування методів нарахування амортизації сьогодні має дуже важливе значення у зв'язку з застосуванням прискореної амортизації. Адже, як необґрунтоване збільшення, так і зменшення норм амортизації має негативні наслідки для розвитку підприємства. У високорозвинених країнах норми амортизації нині виконують функцію створення передумов прискорення обігу основного капіталу і виступають стимулом для підприємств, які проводять активну політику технічного оновлення [1].

Метою роботи є аналіз основних методів нарахування амортизації основних засобів з тим, щоб визначити, який з них потрібно обрати керівництвом підприємства, щоб отримати максимальну економічну вигоду від його використання.

Результати дослідження

Амортизація необоротних активів є однією із основних елементів витрат на виробництво сільськогосподарської продукції, вона являє собою систематичний розподіл вартості, що амортизується протягом строку їх корисного використання (експлуатації) і включення у собівартість продукції. Метод нарахування амортизації обирається підприємством самостійно з урахуванням очікуваного способу отримання економічних вигод від його використання [2].

Податковим кодексом України прийнято використовувати методи нарахування амортизації, які передбачені Положенням (стандартом) бухгалтерського обліку 7 «Основні засоби» [3]: прямолінійний; зменшення залишкової вартості; прискореного зменшення залишкової вартості; кумулятивний; виробничий.

Розрахунок основних методів нарахування амортизації показано у табл. 1.

Таблиця 1 - Методи нарахування амортизації основних засобів

Метод нарахування	Розрахунок річної суми амортизації
1	2
Прямолінійний	Річна сума амортизації визначається діленням вартості, яка амортизується, на строк корисного використання об'єкта ОЗ

Зменшення залишкової вартості	Річна сума амортизації визначається як добуток залишкової вартості об'єкта на початок звітного року або первісної вартості на дату початку нарахування амортизації та річної норми амортизації. Річна норма амортизації (у відсотках обчислюється як різниця між одиницею та результатом кореня ступеня кількості років корисного використання об'єкта з результату від ділення ліквідаційної вартості об'єкта на його первісну вартість
Прискорене зменшення залишкової вартості (застосовується лише при нарахуванні амортизації до об'єктів ОЗ, що входять до груп 4 та 5)	Річна сума амортизації визначається як добуток залишкової вартості об'єкта на початок звітного року або первісної вартості на дату початку нарахування амортизації та річної норми амортизації, яка обчислюється відповідно до строку корисного використання об'єкта і подвоюється
Кумулятивний	Річна сума амортизації визначається як добуток вартості, яка амортизується та кумулятивного коефіцієнта. Кумулятивний коефіцієнт розраховується діленням кількості років, що залишаються до кінця строку корисного використання об'єкта ОЗ на суму числа років його корисного використання
Виробничий	Місячна сума амортизації визначається як добуток фактичного місячного обсягу продукції (робіт, послуг) та виробничої ставки амортизації. Виробнича ставка обчислюється діленням вартості, яка амортизується, на загальний обсяг продукції (робіт, послуг), який підприємство очікує виробити (виконати) з використанням об'єкта основних засобів

Джерело: складено автором.

В той же час, за Податковим кодексом значно розширено кількість груп основних засобів: замість чотирьох класифікаційних груп запропоновано 15 груп по основних засобах і одна 16-та група – по довгострокових біологічних активах, з передбаченими мінімальними строками експлуатації відповідних об'єктів [4]. Одночасно рекомендуються методи нарахування амортизації за окремими групами.

Амортизація інших основних засобів (група 9), тимчасових (нетитульних) споруд (група 12), інвентарної тари і предметів прокату (групи 14, 15) нараховується за прямолінійним і виробничим методами. Амортизація бібліотечних фондів (група 10) і малоцінних необоротних матеріальних активів (група 11) може нараховуватися за рішенням платника податків у першому місяці використання об'єкта в розмірі 50 відсотків його вартості, яка амортизується, та решта 50 відсотків вартості, яка амортизується, у місяці їх вилучення з активів (списання з балансу) внаслідок невідповідності критеріям визнання активом або в першому місяці використання об'єкта в розмірі 100 відсотків його вартості.

На земельні ділянки (група 1) і природні ресурси (група 13) амортизація не нараховується. Ці об'єкти не обмежені терміном корисного використання і тому не підлягають амортизації.

Варто відмітити, що за різними методами нарахування амортизації у витрати виробництва буде включатись різна за величиною сума вартості об'єкта основних засобів, від якої залежатиме показник собівартості продукції (робіт, послуг).

Найбільш зрозумілим і простим вважається прямолінійний метод нарахування амортизації. Але цей метод не враховує залежності суми нарахованого зносу і виробничої потужності основних засобів у різні роки експлуатації, а також моральне старіння цих активів [5]. Його доцільно використовувати до пасивної (нерухомої) частини основних засобів (будівлі, споруди, інші нерухомі об'єкти).

Метод зменшення залишкової вартості, прискореного зменшення залишкової вартості та кумулятивний доцільно використовувати для тих об'єктів основних засобів, які швидко морально зношуються. Це пояснюється тим, що в перші роки можна одержати порівняно більшу віддачу, а значить і дохід, ніж у наступні роки експлуатації об'єкта, тому і суми нарахованої амортизації повинні бути більші у перші роки. Одночасно підприємство застрахує себе від швидкого морального зносу відповідного об'єкта, що дуже важливо в ринкових умовах. За цими методами нарахування амортизації об'єкт не встигне морально застаріти, а якщо це і трапиться, то недоамортизована сума буде порівняно незначною.

Недоліком цих методів є те, що при їх застосуванні в окремих випадках порушується принцип відповідності, оскільки сума амортизації, яка визнається витратами поточного періоду не завжди узгоджується з фактичним використанням активу у виробничому процесі, а значить і з отриманими доходами від його експлуатації [6].

Виробничий метод нарахування амортизації враховує випуск продукції, що забезпечує більш-менш реальний ступінь зносу обладнання – чим більше одержано продукції (виконано робіт, надано послуг), тим більше основні засоби, зокрема обладнання, зносилися. Цей метод дозволяє накопичити у роки більш інтенсивного використання основних засобів і більшу суму амортизації, необхідну для їх відновлення чи заміни. Тому він вважається більш раціональним і об'єктивним.

Проте виробничий метод не враховує фактора морального старіння основних засобів, його слід використовувати лише в тому випадку, коли виробничі показники кожного виду основних засобів можуть бути визначені з достатньою точністю [7].

Таким чином, врахувавши всі позитивні і негативні сторони кожного з методів нарахування амортизації по необоротних активах, підприємство вибирає оптимальний варіант з індивідуальним підходом до кожної групи (підгрупи) об'єктів необоротних активів.

Висновок

Амортизація являє собою надзвичайне складне економічне явище. Вона поєднує ознаки витрат виробництва і джерела коштів, процесу руху вартості і важелі управління відтворенням, відшкодування зношених і нагромаджених нових засобів праці. Амортизація необоротних активів є однією із основних елементів витрат на виробництво сільськогосподарської продукції, вона являє собою систематичний розподіл вартості, що амортизується протягом строку їх корисного використання (експлуатації) і включення у собівартість продукції. Метод нарахування амортизації обирається підприємством самостійно з урахуванням очікуваного способу отримання економічних вигод від його використання.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Зянько В.В. Інноваційне підприємництво: сутність, механізми і форми розвитку. Монографія / В.В. Зянько. – Вінниця: УНІВЕРСУМ-Вінниця, 2008. – 397 с.
2. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 7 «Основні засоби»: затверджено наказом Міністерства фінансів України від 27.04.2000р № 92
3. Матюшенко, А. В. Проблеми розкриття інформації щодо основних засобів у фінансовій звітності [Текст] / А. В. Матюшенко // Молодіжний науковий вісник Української академії банківської справи НБУ, Серія: Економічні науки. Збірник наукових праць студентів, магістрантів та молодих вчених. – Суми: УАБС НБУ, 2012. – № 1. – С. 300 – 309.
4. Дутчак Л. Методологія обліку амортизації основних засобів і її вплив на оподаткування прибутку // Бухгалтерський учет и аудит. – 2012. - №9.
5. Орлов П., Орлов С. Про використання в Україні різних систем амортизації // Формування ринкових відносин в Україні.-2011.-№12.-с.38-44.
6. Городянська Л.В. Особливості нарахування і використання амортизації в обліково-аналітичній та податковій системах// Актуальні проблеми економіки. – 2009. - №2.
7. Домбровська, Н. Р. До питання нарахування амортизації основних засобів [Текст] / Н. Р. Домбровська // Облік і фінанси АПК. – 2013. – № 4. – С. 45 – 48.

Наталія Олександрівна Оранська — студентка групи МОФ-12, факультет менеджменту, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: oran4uk@ukr.net

Науковий керівник: **Віталій Володимирович Зянько** - доктор економічних наук, професор, відмінник освіти України, завідувач кафедри фінансів Вінницького національного технічного університету.

Nataliia O. Oranska —faculty of management, Vinnitsa national technical University, Vinnytsia, e-mail: oran4uk@ukr.net

Supervisor: **Zianko Vitalii V.** - doctor of economic sciences, professor, excellent worker of education of Ukraine, head of the Department of Finance of Vinnytsia national technical University.

РЕЗЕРВИ ПОКРАЩЕННЯ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА

¹Вінницький національний технічний університет

Анотація

У статті розглянуто сутність фінансового стану підприємства, виявлено основні резерви та запропоновано напрями його покращення при здійсненні управлінської діяльності господарюючого суб'єкта.

Ключові слова: фінансовий стан, фінансові результати, прибуток, доходи, витрати.

Abstract.

In the article the essence of financial condition of the company, identified the main provisions and directions of its improvement in the implementation of the management activities of a business entity.

Keywords: financial position, financial performance, profitability, revenues, expenses.

Вступ

Фінансовий стан підприємства відображає його основне місце серед конкурентів, а також стійкість, стабільність, платоспроможність. Саме тому головним завданням для керівника є знаходження резервів покращення фінансового стану підприємства.

Метою роботи є виявлення резервів покращення фінансового стану підприємства в процесі його господарської діяльності.

Результати дослідження

В умовах ринкової економіки, аби чітко функціонувати та не допустити ситуації банкрутства, потрібно вміти раціонально використовувати всі види наявних ресурсів, знати, якою повинна бути структура капіталу, володіти навичками для покращення загальноприйнятих показників фінансового стану: ліквідності, рентабельності, ділової активності, фінансової стійкості.

На сьогодні існує безліч різних підходів щодо визначення терміну «фінансовий стан», що, як наслідок, тягне за собою неоднозначність у здійсненні його аналізу на підприємствах.

Наприклад, Шеремет А. Д. під фінансовим станом підприємства розуміє співвідношення структур його активів і пасивів, тобто засобів підприємства і їх джерел [1, с. 14].

Разом з тим, існує вагоме, але дещо суперечливе визначення досліджуваного поняття, яке наводить М. Г. Чумаченко. Він вважає, що «фінансовий стан підприємства – це показник його фінансової конкурентоспроможності, тобто кредитоспроможності та платоспроможності, виконання зобов'язань перед державою та іншими підприємствами» [2, с. 311]. Проте варто зазначити, що фінансовий стан підприємства – це не просто індивідуальний показник, а сукупність показників, за допомогою яких він лише кількісно вимірюється.

Автори фінансового словника А. Г. Загородній, Г. Л. Вознюк, Т. С. Смовженко [3, с. 287], пов'язують фінансовий стан підприємства з наявністю на ньому фінансових ресурсів, забезпеченістю грошовими коштами, що є необхідними для господарської діяльності, підтримання нормального режиму праці та життя, здійснення грошових розрахунків з іншими економічними суб'єктами. Проте, наведене визначення обмежується лише наявністю фінансових ресурсів, а здійснення різноманітних грошових розрахунків вказує нам лише на рух грошових коштів у процесі нормальної господарської діяльності.

Розглянувши вище зазначені визначення та проаналізувавши їх сутність можемо дійти до висновку,

що фінансовий стан підприємства характеризується певною забезпеченістю підприємства всіма необхідними для нормального функціонування ресурсами, а також здатністю керівництва підприємства своєчасно розраховуватися за своїми зобов'язаннями. Разом з тим, фінансовий стан показує рівень конкурентоспроможності, уміння швидко адаптуватися до змін, які відбуваються у зовнішньому середовищі, місце на ринку серед конкурентів, потенціал у діловому співробітництві. Знаючи фінансовий стан підприємства можна оцінити наскільки є гарантованими економічні інтереси самого підприємства та його партнерів у виробничому та фінансовому сенсі. Дані знання можуть допомогти керівнику у пошуку напрямків покращення фінансового стану свого підприємства.

При аналізі різноманітних підходів до оцінки фінансового стану підприємства та резервів його покращення було визначено основні завдання, які повинні при цьому вирішуватися. У процесі проведення оцінки фінансового стану підприємства необхідно проаналізувати значення отриманих показників шляхом порівняння їх фактичних значень з нормативними, визначати основні як зовнішні, так і внутрішні фактори, що вплинули на відхилення показника від норми, визначити знак відхилення: позитивний чи негативний, та здійснити прогноз їх величини на перспективу [4, с. 54]. Головною метою аналізу фінансового стану є своєчасне виявлення та усунення недоліків у фінансовій діяльності підприємства і пошук резервів зростання рентабельності, платоспроможності, зниження собівартості та інших резервів ефективного розвитку підприємства. Адже, фінансовий стан підприємства багато в чому залежить не лише від того, які засоби воно має у своєму розпорядженні, але й від того, куди вони вкладені [5, с. 10].

Тобто, аби знайти невикористані можливості покращення фінансового стану підприємства, необхідно, перш за все, оцінити майновий стан, здатність до нарощування капіталу, залежність від зовнішніх джерел фінансування та ступінь підприємницького ризику. Вся ця вивчена інформація і буде основним підґрунтям для пошуку напрямів подальшого раціонального використання засобів підприємства з метою домогтися підвищення стабільності та розвитку господарюючого суб'єкта.

В ході дослідження було визначено основні заходи, виконання яких забезпечить покращення фінансового стану підприємства. Головне завдання, яке ставить перед собою керівник підприємства – збільшення доходів та зменшення витрат. Збільшення надходжень економічних вигід можливе за рахунок:

- розширення своєї продукції шляхом пошуку додаткових ринків збуту;
- підвищення технічного рівня виробництва;
- прискорення обертання капіталу в оборотних активах;
- реструктуризації активів підприємства;
- обґрунтованого зниження величини запасів;
- поповнення власного оборотного капіталу за рахунок внутрішніх і зовнішніх джерел;
- перетворення в грошову форму наявних матеріальних та фінансових активів підприємства;
- зменшення витрат виробництва шляхом зниження собівартості продукції та скорочення надлишкових виробничих потужностей;
- заходів, пов'язаних з пристосуванням до змін у зовнішньому середовищі та гнучкістю до реагування на поведінку конкурентів;
- всеохопного та всебічного контролю за дотриманням виконання завдань з боку керівництва.

Також особливу увагу необхідно звернути на приховані резерви підприємства, які є частиною капіталу, що не відображена у балансі. Прикладом такого резерву може стати здача в оренду основних фондів, які не використовуються у процесі здійснення господарської діяльності підприємства, а також використання зворотного лізингу.

Висновок

В економічній літературі не існує єдиного визначення поняття «фінансовий стан підприємства». На думку автора, найповнішим є визначення фінансового стану підприємства як комплексного поняття, що є результатом взаємодії всіх елементів системи фінансових відносин підприємств і визначається сукупністю виробничо-господарських факторів та характеризується системою показників, що відображають наявність, розміщення і використання фінансових ресурсів. Покращення фінансового стану підприємства передбачає пошук резервів зменшення його вихідних грошових потоків та збільшення вхідних. Для покращення фінансового стану підприємства необхідно підвищувати результативність розміщення та використання наявних на підприємстві ресурсів, забезпечувати

постійний розвиток виробництва та інших сфер діяльності, що супроводжуватиметься зростанням прибутку, активів, платоспроможності, кредитоспроможності та стійкості перед конкурентами.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Шеремет А. Д. Методика фінансового аналізу / А. Д. Шеремет, Р. С. Сайфулін, Е. В. Ненашев – 3-є изд., перераб. и доп. – М. : Инфра-М, 2000. – 208 с.
2. Манів З.О. Економіка підприємства [Текст]: навч. посібник. / З.О. Манів., І. М. Луцький – К.: Знання, 2004. – 580 с.
3. Загородній А. Г. Фінансовий словник / А. Г. Загородній, Г. Л. Вознюк, Т. С. Смовженко. – К.: Знання, 2004. – 566 с.
4. Костирко О. Г. Використання методу коефіцієнтів для оцінки фінансового стану підприємства [Текст] / О. Г. Костирко // Економіка АПК. – 2008. – № 7. – С. 54-56.
5. Зянько В.В. Фінансовий аналіз і звітність. Практикум / В.В. Зянько, І.Ю. Єпіфанова. – Вінниця: ВНТУ, 2008. – 83 с

Тесьолкіна Аліна Олександрівна – студентка групи МОФ-15 сп, факультет менеджменту, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: tesolkina@mail.ru;

Науковий керівник – **Зянько Віталій Володимирович** – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри фінансів, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця;

Tesolkina Alina Oleksandrivna – student MOF-15sp, Faculty of Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: tesolkina@mail.ru;

Supervisor: **Zianko Vitali V.** - Doctor of Economics, Professor, Head of Finance, Vinnytsia National Technical University. Vinnitsa.

СУЧАСНІ МЕТОДИ ТА МЕТОДИКИ УПРАВЛІННЯ КАПІТАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

¹Вінницький національний технічний університет

Анотація

В статті розглянуті та узагальнені методичні принципи та методи управління капіталом підприємств. Розглянуто сучасні методики оптимального управління капіталом.

Ключові слова: капітал, підприємство, управління, структура, методи.

Abstract

The article reviewed and summarized methodological principles and methods of capital management companies. The modern methods of optimal capital management.

Keywords: Capital, enterprise, management, structure, methods.

Вступ

Розвиток ринкової економіки потребує від українських підприємств розробки стратегічних планів та самостійного визначення напрямів розвитку. В цьому зв'язку актуальним вирішення проблем управління капіталом як основним джерелом, що сприяє підвищенню економічних конкурентних переваг підприємства.

Метою роботи є розгляд сучасних методів та методик управління капіталом підприємства, застосування яких сприятиме підвищенню ефективності управління капіталом та нарощуванню його ресурсного потенціалу.

Результати дослідження

Ефективність існування підприємства в першу чергу залежить від вміння менеджерів працювати з капіталом, оскільки він відображає економічні процеси підприємства та його стан у цілому. В даному випадку мається на увазі капітал у його класичній формі, що об'єднує основні та оборотні фонди та грошові кошти підприємства, адже, окрім власне фізичного капіталу, існує також людський капітал, науково-технічна та ринкова інформація, знання, інтелектуальний капітал, які з часом відіграють усе більшу роль і на них поступово відбувається переорієнтація фінансових потоків [1, с. 29].

Отже, з розвитком економіки об'єктивно ускладнюється розуміння змісту капіталу та механізму управління ним.

Управління капіталу здійснюється за допомогою системи принципів та методів розробки управлінських рішень, які безпосередньо пов'язані з ефективністю його використання.

Оптимальне управління капіталом підприємства забезпечується за допомогою основних принципів:

- інтегрованість із загальною системою управління підприємства;
- комплексний характер формування управлінських рішень;
- високий динамізм управління;
- варіативність підходів до розробки окремих управлінських рішень;
- орієнтованість на стратегічні цілі розвитку підприємства[2].

Головною метою управління капіталом є максимізація ринкової вартості підприємства, за рахунок чого забезпечується максимізація добробуту власників підприємства в поточному і перспективному періодах.

Управління капіталом підприємства направлене на вирішення таких основних завдань:

- формування достатнього обсягу капіталу, що забезпечить необхідні темпи економічного розвитку підприємства;

- оптимізація розподілу сформованого капіталу за видами діяльності та напрямками використання;
- забезпечення умов досягнення максимальної доходності капіталу при запланованому рівні фінансового ризику;
- забезпечення мінімізації фінансового ризику, пов'язаного з використанням капіталу, при запланованому рівні його доходності;
- забезпечення постійної фінансової рівноваги підприємства у процесі його розвитку;
- забезпечення достатнього рівня фінансового контролю над підприємством з боку його засновників;
- забезпечення достатньої фінансової гнучкості підприємства;
- оптимізація обороту капіталу;
- забезпечення своєчасного реінвестування капіталу [2].

У ринкових умовах особливе місце займають економічні методи управління. Важелі економічного механізму відповідають соціально-економічній природі підприємства і є одним із факторів розвитку виробництва та обміну на ринковій основі. Використання й удосконалення таких економічних важелів як комерційний розрахунок, планування, механізм ціноутворення і розумне оподаткування допоможуть створити надійний економічний механізм, який приведе в дію механізм економіки України [3].

Одним із стратегічних методів управління капіталом підприємства є планування витрат на виробництво та реалізацію продукції, що є важливим для визначення оптимальної цінової політики. Необхідною умовою є роздільне планування змінних і постійних витрат, визначення найбільш економічного розміру запасів.

Неформальні методи ґрунтуються на аналітичних особливостях осіб, що ухвалюють управлінські рішення. Це сукупність логічних прийомів та методів вибору оптимального рішення шляхом теоретичного порівняння альтернатив з урахуванням накопиченого досвіду.

Для успішного управління капіталом керівництвом підприємства можуть застосовуватися різноманітні методики, в тому числі:

- вибір політики щодо формування та використання окремих компонентів власного капіталу: резервного, додаткового, нерозподіленого прибутку;
- використання можливостей фондового ринку для операцій з власними акціями, а також випуску облігацій;
- проведення продуманої політики залучення коштів з позикових джерел, пошук найбільш придатних способів;
- розробка політики дивідендів, спрямованої на підтримку добробуту акціонерів [4].

Використання запропонованих вище методів та методик управління капіталом дозволить створити основу для забезпечення високих темпів нарощування ресурсного потенціалу підприємства, дозволить підприємству в повному обсязі реалізувати його цілі та задачі, зокрема щодо ефективного використання та відтворення капіталу.

Висновки

Узагальнюючи все вище сказане, відмітимо, що розроблення методології управління капіталом повинне базуватися на науково обґрунтованих принципах і правилах поведінки, що виражають динамічність і сприйнятливість до мінливих умов, спланованих результатів виробничо-господарської діяльності та інтегрованість із загальною системою управління підприємством.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Зянько В.В. Інноваційне підприємництво: сутність, механізми і форми розвитку. Монографія / В.В. Зянько. – Вінниця: УНІВЕРСУМ-Вінниця, 2008. – 397 с.
2. Бланк І.А. Управління формуванням капіталу: наукове видання / І.А. Бланк. – К.: Ніка-Центр, 2008. – 259 – 262 с.
3. Мельнік М.А. Економічні методи управління капіталом підприємства/ М.А. Мельнік/ Вісник східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. – 2014. – №1. – 94-97 с.
4. Борт О.В. Управління власним капіталом підприємства/ О.В. Борт/ Класичний приватний університет. – Запоріжжя : КПУ, 2014. – 8 с.

Стемблевська Олена Григорівна – студентка групи Моф-12, факультет менеджменту, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, email: lsna.stemlevska@gmail.com

Науковий керівник: **Зянько Віталій Володимирович**, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри фінансів, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Stemlevska Olena G. - faculty of management, Vinnitsa National Technical University, Vinnytsia, email: lsna.stemlevska@gmail.com

Supervisor: **Zianko Vitalii V.** , Doctor of Economics, Professor, Head of the department of Finance, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.

МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

¹ Вінницький національний технічний університет

Анотація

Розкрито сутність та особливості механізму управління витратами на здійснення інноваційної діяльності; охарактеризовано процес управління витратами при впровадженні інноваційного проекту, обґрунтовано, що оптимізація витрат дозволить залучити в інноваційний процес додаткові інвестиційні ресурси та активізувати підприємницьку діяльність.

Ключові слова: інновація, інноваційна діяльність, інноваційний проект, механізм управління витратами.

Abstract

There has been opened the essence and features of the controlling mechanism of costs for innovation activities. Process of cost management to implement an innovative project was described. Also there has been proved that cost optimization would attract additional investment resources to innovative process and intensify business.

Keywords: innovation, innovation activity, innovation project, cost management mechanism.

Вступ

Функціонування підприємства вимагає постійного моніторингу управління його витратами. Від ефективності механізму управління витратами інноваційної діяльності залежить не лише розмір витрат на здійснення інноваційних досліджень, але й результативність впровадження на підприємстві новітніх науково-технічних розробок та досягнення ним конкурентних переваг на ринку. Адже, саме застосування інновацій здатне забезпечити підприємствам подальший розвиток, зміцнення позицій на існуючих ринках та вихід на нові, а країні зайняти належне місце у світовій економіці. Але для розробки та впровадження інноваційних проектів потрібно здійснити витрати у вигляді інвестування цих проектів.

Дослідженню проблем забезпечення організації інноваційної діяльності та управлінню нею присвячені наукові праці таких повідних українських економістів, як О. І. Амоша, І. А. Білоусова, М. І. Долішній, О. С. Русінова, О. В. Савчук, М. Г. Чумаченко та ін. Разом з тим, залишаються недостатньо розробленими питання управління витратами на здійснення інноваційної діяльності.

Метою статті є обґрунтування необхідності створення в Україні ефективного механізму управління витратами інноваційної діяльності підприємств, що дозволить підвищити ефективність розробки та впровадження інновацій та досягти підприємствами конкурентних переваг на сучасному ринку.

Результати дослідження

Витрати на здійснення різних видів інноваційної діяльності здійснюються як на рівні окремих підприємств, так і на рівні галузей, регіонів і загалом держави. Зрозуміло, що такі витрати, які будь-які інші комерційні витрати в умовах ринкової економіки, мають бути раціональними, для чого ними потрібно управляти. Для ефективного управління витратами необхідно створення дієздатного механізму, який би дозволив запровадити гнучку методику розрахунку та оптимізації витрат на впровадження інноваційних проектів (з урахуванням можливості взаємного використання ресурсів) і методи моніторингу процесу їх упровадження [1, с. 179].

Механізм управління витратами інноваційної діяльності являє собою сукупність прийнятих допущень, цілей і процедур, за допомогою яких здійснюється реалізація функцій управління витратами.

Управління витратами насамперед передбачає складання бюджету інноваційного проекту, який показує, скільки необхідно витратити фінансових засобів на його розробку та впровадження впродовж усього періоду його здійснення. Розробляючи бюджет підприємства, важливо визначити характер і ступінь контролю за його фінансовими ресурсами. Ухвалення бюджету інноваційного проекту, як правило, проходить декілька етапів. Спочатку менеджер проекту розглядає програму досліджень і з економістом складає бюджет, враховуючи масштаби, потребу в кадрах та інвестиціях. Потім він складає проект бюджету, обговорює його з вищим керівництвом. У разі необхідності плановий чи фінансовий відділи вносять зміни, корективи, розбивають за статтями витрат та періодами реалізації. На завершальному етапі остаточний варіант бюджету затверджують. Для того, щоб бюджет як інструмент планування та контролю застосовувати максимально ефективно, науковці рекомендують передбачити розподіл витрат у часі за кожним видом робіт у розрізі можливих варіантів використання засобів: нормальний, прискорений чи уповільнений [2].

Оскільки інноваційний проект здебільшого розраховують на декілька років, то бюджет першого року деталізують поквартально і помісячно, а бюджети майбутніх років планують з визначенням річних витрат за окремими статтями, адже можливі корективи внаслідок зміни вартості робіт, цін, податків тощо. На основі загального бюджету формують плани окремих виконавців. Та врешті результати інноваційної діяльності чітко передбачити всеодно нереально, тому обсяги запланованих коштів зазвичай не збігаються з фактичними витратами. Багато в чому обсяги витрат на інноваційну діяльність залежать від ефективності функціонування механізму управління цими витратами.

Управління витратами на виробництво класичних видів продукції та витратами на інноваційні процеси потребує застосування різних методів. Особливістю управління витратами на здійснення інноваційної діяльності є те, що впровадження у виробничий процес нових технологій потребує перегляду існуючих нормативних витрат та зумовлює необхідність вдосконалення існуючих чи розробки нових методів управління інноваційними процесами та об'єктами, які б відображали їхню специфіку, були певною мірою унікальними для кожного окремого об'єкта управління.

Висновки

Отже, створення ефективного механізму управління витратами на здійснення інноваційної діяльності сприятиме оптимізації витрат на інноваційні проекти як з боку окремих підприємств, так і державних витрат, що дозволить залучити додаткові інвестиційні ресурси та активізувати інноваційну підприємницьку діяльність.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Русінова О. С. Щодо ефективного управління інноваційними процесами / О. С. Русінова // Економіческие проблемы и перспективы стабилизации экономики Украины: Сб. науч. тр. – Донецк : ІЗП НАН України. 2010. – С. 178-188.
2. Білоусова І. А. Проблеми обліку виробничих витрат і калькулювання собівартості продукції в промисловості / І. А. Білоусова, М. Г. Чумаченко // Бухгалтерський облік і аудит. – 2009. – № 2. – С. 3–10.

Віталій Володимирович Зянько – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри фінансів, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: fk.zank@gmail.com

Дун Чживей – аспірант кафедри фінансів, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: 670142846@qq.com

Zianko Vitalii V. - Doctor of Economics, Professor, Head of Finance, Vinnytsia National Technical University. Vinnitsa, e-mail: fk.zank@gmail.com

Dong Chzhyvei – Post-Graduate Student of the Chair of Finance, Vinnytsia National Technical University, Vinnitsa, e-mail: 670142846@qq.com

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ І ВИКОРИСТАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

В статті розглянуто порядок формування фінансових результатів діяльності підприємства. Проаналізовано економічне значення прибутку та особливості його впливу на діяльність підприємства.

Ключові слова: фінансовий результат, прибуток, операційні діяльність, прибутковість, доходи, витрати.

Abstract

The article describes the procedure of forming financial results of the company. The of economic essence of profit and the features of its influence on activity of enterprises are analyzed.

Keywords: the financial result, profit, operational activity, profitability, revenues, expenses.

Вступ

В сучасних умовах господарювання особлива увага приділяється фінансовим результатам, які є однією із найважливіших складових діяльності підприємств. Увага до фінансових результатів зумовлена тим, що вони забезпечують зміцнення бюджету держави, сприяють інвестиційній привабливості, діловій активності підприємств у виробничій і фінансовій сферах. За останній час питання, пов'язані з формуванням фінансових результатів діяльності знайшли своє відображення у роботах таких вітчизняних та зарубіжних авторів, як: І.О. Бланк, Ф.Ф. Бутинець, М.І. Ковальчук, П.П. Борщевський, Г.Г. Кірейцев, Л.А. Лахтіонова, Є.В. Мних, М.Г. Чумаченко

Метою роботи є систематизація підходів до визначення сутності фінансових результатів господарської діяльності підприємства та дослідження особливостей їх формування.

Результати дослідження

Фінансові результати відображають ефективність господарювання підприємства за всіма напрямками його діяльності. В умовах ринкової економіки діяльність суб'єктів господарювання спрямована на отримання максимально можливої економічної вигоди, що знаходить свій прояв у фінансових результатах. Останній відображає всі сторони діяльності підприємства – рівень його технологій та організації виробництва, ефективність системи управління, контроль за рівнем витрат тощо. Фінансовий результат господарювання підприємства, що виступає у формі прибутку або збитку, відображає ефективність його операційної, фінансової, інвестиційної діяльності та служить основним критерієм стратегії суб'єкта господарювання.

Прибуток – це кінцевий результат діяльності підприємства, що характеризує абсолютну ефективність його роботи [1].

Наявність належного рівня прибутку сприятиме впровадженню інновацій, підвищенню рівня конкурентоспроможності підприємства, забезпеченню його економічного зростання [2].

На сьогоднішній день вагомим значення при визначенні фінансового результату господарської діяльності підприємства набуває нормативно-правова база, адже саме вона регулює методику визначення фінансових результатів від різних видів діяльності, прямо впливає на величину кінцевого прибутку [3].

Прибуток як кінцевий фінансовий результат діяльності підприємства складає різницю між загальною сумою доходів і витратами на виробництво й реалізацію продукції.

Підтримка необхідного рівня прибутковості – об'єктивна закономірність нормального функціонування підприємства в ринковій економіці [4].

Головним джерелом інформації про формування і використання прибутку є Звіт про фінансові результати, в якому показані статті, що формують фінансовий результат від усіх видів діяльності.

Звіт про фінансові результати надає змогу користувачам, як зовнішнім, так і внутрішнім, оцінити результати діяльності підприємства в минулому, його прибутковість, можливість ефективно використовувати ресурси або ступінь ризику недосягнення очікуваної рентабельності діяльності [5].

Якщо підприємство в цілому націлено на високі темпи розвитку, ріст обсягу продажів, завоювання частки ринку, максимізацію прибутку, метою формування фінансових результатів є високі темпи їх росту. Якщо підприємство стабілізує свою діяльність, задовольняючись мінімальним рівнем рентабельності або просто беззбитковою діяльністю, то управління фінансовими результатами повинне бути сконцентовано на забезпеченні такої їх суми, що забезпечує поточну платоспроможність.

Висновки

Отже, фінансовим результатом діяльності господарюючих суб'єктів є прибуток або збиток підприємства за звітний період. Фінансові результати відображають мету підприємницької діяльності, її доходність, і є вирішальними для підприємства. Не дивлячись на законодавче рішення цього питання та значні науково – практичні напрацювання, воно все ж залишається невирішеним.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Зянько В.В. Фінансовий аналіз та звітність: практикум / В.В. Зянько, І.Ю. Єпіфанова. – Вінницький національний технічний ун-т. – Вінниця : ВНТУ, 2008. – 83с.
2. Зянько В.В. Інноваційна діяльність підприємств та її фінансове забезпечення в умовах транзитивних змін економіки України. Монографія / В.В. Зянько, І.Ю. Єпіфанова, В.В. Зянько. – Вінниця : ВНТУ, 2015. – 172 с.
3. Фецович Т.Р. Формування фінансових результатів підприємств / Т.Р. Фецович // Вісник Львівської комерційної академії. – 2011. – №36. – С. 405- 410.
4. Єпіфанова І. Ю. Перспективи економічного зростання промислових підприємств / М. В. Бальзан, І. Ю. Єпіфанова // Вісник Чернігівського державного технологічного університету. Серія : Економічні науки. - 2014. - № 4. - С. 327-331.
5. Базилінська О.Я. Фінансовий аналіз: теорія та практика навч. посіб. / Олена Яківна Базилінська. – 2-ге вид. – К. : Центр учбової літератури. – 2011. – 398 с.

Булiна Людмила Миколаївна – студентка групи Моф-12, факультет менеджменту, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, email: Ludabl1@ukr.net

Науковий керівник: **Єпіфанова Ірина Юрiївна**, кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансів, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Bulina Luda M. - faculty of management, Vinnitsa National Technical University, Vinnytsia, email: Ludabl1@ukr.net

Supervisor: **Yepifanova Irina Y.**, candidate of economic Sciences, associate Professor, Department of Finance, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.

ОСОБЛИВОСТІ ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Актуальність теми полягає в тому, що важливою частиною управлінської діяльності є саме прийняття рішень, адже завдяки цьому менеджер координує діяльність компанії. Це - головна функція менеджера.

У статті проаналізовано процес прийняття управлінських рішень в умовах невизначеності та ризику. Обґрунтовано та запропоновано методику вибору в ризикованих умовах і невизначеності. А також розглянуто можливості щодо застосування розглянутих методів прийняття рішень.

Ключові слова: вибір, ймовірність, ризик, невизначеність, сприятливі та несприятливі умови, менеджер, управлінське рішення.

Abstract

Actuality is that an important part of management is precisely the decision, because thanks to this manager koordenuye the company. This - the main function of the manager.

The article analyzes the process of decision-making under uncertainty and risk. Grounded and the method of choice in terms of risk and uncertainty. And to consider opportunities to use these methods of decision making.

Key words: choice, probability, risk, uncertainty, favorable and unfavorable conditions, manager, management decision.

Вступ

Прийняття управлінського рішення – це процес, у якому поєднуються функціональні обов'язки керівника й інтелектуальні здібності. Щоб приймати правильні рішення, потрібно вибрати правильну стратегію. Від вибору правильної стратегії залежить ефективність та функціонування всієї організації.

Мета даної роботи полягає в дослідженні стратегії, розробці прийняття та реалізації управлінських рішень.

Проблему прийняття рішень розглядали такі науковці: А.В.Попов, Д.М.Гвишияні, Ю.П.Васильєв, Г.Х.Попов, А.І.Ангішкін, А.Г.Аганбегян, П.Дракер, І.Ансофор, Г.В.Щокін, М.Х.Мескон, А.Файоль, Х.Волфанг та ряд інших.

Результати дослідження

Особливостями прийняття рішень в умовах невизначеності є: – об'єктивна присутність невизначеності; – необхідність вибору з альтернативних варіантів; – можливість оцінити альтернативний вибір через характеристики імовірності.

Для зручності аналізу можна виділити типову схему прийняття рішення в умовах економічної невизначеності та підприємницького ризику. Оскільки всяка підприємницька дія відображає свободу ринкових механізмів, водночас рішення підприємця спирається на вплив об'єктивних факторів зовнішнього середовища – норм чинного законодавства, існуючих правил і традицій господарської поведінки, задач та пріоритетів підприємництва.

Технологічний ланцюг підприємницького рішення – це типова послідовність підприємницьких дій з укладення і реалізації підприємницької угоди в заданих господарських умовах, що має на меті зниження підприємницького ризику. На рис. 1 зображена досить розповсюджена схема прийняття рішення в умовах економічної невизначеності, коли для отримання прибутку і зниження рівня ризику використовуються додаткові механізми узгодження та зворотні зв'язки.

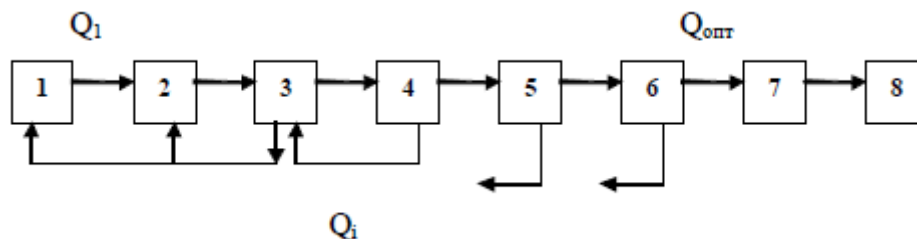


Рис.1. Технологічний ланцюг прийняття підприємницького рішення в умовах невизначеності і ризику

Дії виконуються в наступній послідовності:

- 1 – Пропозиція укласти угоду та формулювання її первинних умов - Q_1 .
- 2 – Оцінка первинних умов угоди, зовнішнього середовища та факторів ризику.
- 3 – Укладення угоди.
- 4 – Аналіз економічної поведінки інших учасників після укладення угоди, врахування варіантів умов Q_i .
- 5 – Виконання угоди.
- 6 – Аналіз економічної поведінки інших учасників в процесі виконання угоди, вибір оптимального варіанту умов $Q_{опт}$.
- 7 – Завершення угоди, взаєморозрахунків за неї, оцінка нових господарських умов.
- 8 – Аналіз економічної поведінки інших учасників в нових господарських умовах.

На цій схемі окремі операції або кроки господарського суб'єкта зображені так, якби вони були згрупованими в технологічні блоки. У кожному технологічному блоці виконуються типові дії, що залежать від господарських чинників: задач статутної діяльності підприємця, чинних правил і процедур прийняття рішень іншими суб'єктами господарювання, стану продуктивних сил, впливів зовнішніх факторів ризику тощо.

На будь-якому з технологічних етапів господарський суб'єкт може вносити пропозиції щодо зміни параметрів угоди, часткової відміні положень договору, вимагати перегляду умов угоди або відмовлятися від неї. У формальному віддзеркаленні дані обставини записуються через показник ΔQ_i :

$$\Delta Q_i = Q_i - Q_1. \quad (1)$$

Такі зміни умов угоди стосовно спочатку запропонованих: - виникають несподівано в часі; - можуть не відповідати нормам законодавства і традиціям поведінки суб'єктів господарювання; - є наперед не узгодженими з вимогами інших суб'єктів.

Зміна первинних умов вже укладеної угоди ΔQ_i створює суперечність у відносинах між суб'єктами. Суперечність необхідно врегулювати (узгодити, усунути), інакше це створює об'єктивну ситуацію підприємницького ризику як для суб'єкта, що висунув нові вимоги або умови, так і для навколишніх суб'єктів.

Необхідність ухвалення рішень в умовах невизначеності – це властивість господарських відносин, яка заснована на об'єктивному характері наперед не узгоджених дій суб'єктів господарювання щодо балансування системи відносин і зниження рівня їх ризиків.

Господарський механізм, що передбачає свободу ринкових відносин і вибору підприємницьких дій, містить економічну невизначеність як об'єктивну і невід'ємну складову. Виникаючі внаслідок цього підприємницькі ризики також стають невід'ємною рисою господарського механізму, частиною

його сутнісної характеристики. Неможливо здійснювати господарську діяльність в ринкових умовах, не узявши на себе відповідальності за прийняті рішення та частину підприємницького ризику. Оскільки невизначеність і ризик – обов'язкові складові ринкового способу господарювання, суб'єкт господарювання не в силах відхилитися від негативних результатів впливу цих категорій на свої результати підприємницької діяльності. Проте підприємець здатний понизити рівень ризику, забезпечивши прийняття оптимальних господарських рішень і упровадивши в практику новітні технології управління ризиком.

Економічна оцінка рішення в умовах невизначеності – набір методів і прийомів для відображення конкретних господарських ситуацій в економічних показниках прибутковості, доходності, витрат, збитковості у діяльності господарського суб'єкта.

Аналіз економічної поведінки інших учасників дозволяє оцінити умови, що змінилися, і врахувати можливі варіанти умов угоди – $/Q_N/$. У технології при цьому виникають зворотні зв'язки, які повинні бути оформлені відповідними рішеннями суб'єкта, інших учасників угоди, третіх осіб. Нові умови господарювання, що виникають унаслідок зворотного зв'язку, несуть ризик для інших учасників, викликають стрічні дії з їх боку і сприяють подальшому розгалуженню алгоритму угоди, кількісному зростанню показника $Q_N > Q_N$.

Для оцінки (вимірювання) ризику господарського суб'єкта на кожному етапі угоди використовують формулу:

$$R = \Pi \times p, \quad (2)$$

а із запропонованих варіантів операції Q_N вибирають якнайменше ризикований - $Q_{\text{опт}}$, виходячи з умови:

$$Q_{\text{опт}} \leftrightarrow R_{\text{min}}. \quad (3)$$

Постановка задачі оптимізації рішення – це заснована на неоднозначності і варіативності умов угоди необхідність здійснення вибору лише одного з передбачуваних рішень, яке задовольняло б заданому критерію оптимальності.

Таким чином для підприємця – господарського суб'єкта задача виконання угоди зводиться до проблеми вибору із множини умов проведення угоди Q_N тільки одного варіанта, який відповідає критерію оптимального рішення $Q_{\text{опт}}$ за економічними показниками.

У загальному випадку багатоваріантності умов угоди розраховують середньо зважений ризик:

$$R_0 = \sum_{j=1}^G \Pi_j \times p_j, \quad (4)$$

та вибирають рішення з якнайменшим середньо зваженим ризиком, виходячи з умови:

$$Q_{\text{опт}} = R_0 \text{ min} \quad (5)$$

У деяких випадках ефективним методом оптимізації рішень в ситуаціях ризику стає побудова дерева рішень як графічної формалізації процесу ухвалення рішень в умовах економічної невизначеності і багатоваріантності умов угоди.

Оптимізація рішень в умовах невизначеності і ризику відбувається як із залученням графічних методів, так і математичного аналізу [1, с. 88-92].

Ризик виникає від невизначеності у даних. Аналіз прирісних ефектів, а також різні види економічного аналізу роблять свої внески в оцінювання ризику.

Існують три підходи до фінансового та економічного ризику в аналізі вигід і витрат: перші два мають обмежене застосування, а третій метод - моделювання – подає практичну технологію для аналізу загального ризику проекту.

1. Очікувана вартість (детерміновані еквіваленти) сценаріїв.

Незначне число фахівців з аналізу вигід і витрат застосовують підхід оцінювання очікуваної вартості сценарію, тому що у більшості випадків існує так багато можливих результатів, що

надзвичайно складно чітко продумати імовірність кожного окремо. Однак інколи сценарії можуть надавати корисну інформацію щодо ризику.

2. Дисконтні ставки, скориговані на ризик.

Цей підхід, дає можливість поставитись до ризику аналітично. Основна ідея полягає в тому що, за досконалої ринкової системи всі інвестиції дають однакову норму віддачі. В іншому разі спостерігатиметься відплив капіталу у сфери з високою нормою віддачі, що підштовхуватиме середні норми віддачі до зниження віддачі, доки ці норми не вирівнюються. Таким чином, різні, на перший погляд, норми віддачі повинні становити ту саму базову норму плюс поправку на ризик, з тим, щоб інвестор отримав лише базову норму віддачі. Якщо це так, то відповідно дисконтною ставкою (вартістю капіталу) є базова норма плюс поправка на ризик. Ця комбінація і становить дисконтну ставку, скориговану на ризик.

Вплив розрахунків ризику через включення поправки на ризик у дисконтну ставку є надто складним для інтуїтивного розуміння. У цілому, коригування дисконтної ставки - невдалий спосіб наблизитися до розв'язання проблеми ймовірностей і ризику.

3. Аналіз ризику через моделювання.

Це єдиний практичний підхід до фінансового та економічного аналізу ризику. Моделювання прогнозує можливі результати аналізу за моделлю вигоди-витрати, враховуючи змінні, що впливають на ці результати. Воно дає аналітику можливість надати більш цілісні й реалістичні рекомендації тому, хто приймає рішення.

Моделювання демонструє діапазон можливих показників, враховуючи фактори, які можуть варіюватись, і дає загальну картину ймовірностей у межах цього діапазону. Ті, хто приймає рішення, знають, що ризик є у кожному рішенні. Інколи правильне рішення виявляється невдалим через те, що змінювані фактори змінюються у несприятливий бік. Той, хто приймає рішення, покладається на аналітика, розраховуючи, що останній має дати якомога повнішу і точну картину можливих ризиків і компенсацій.

Кожна модель витрати-вигоди, як правило, має кілька змінних, для яких характерна невизначеність. Щоб скористатися цією моделлю в аналізі ризику, потрібна комп'ютерна програма для моделювання. Комп'ютер запускає модель знову й знову, кожного разу вибираючи певне значення для кожної змінної.

Таким чином найкращим підходом до аналізу вигід і витрат є підхід через аналіз ризику, тому що в даних завжди є певна невизначеність [2, с. 195-196].

Ризик – це оцінена будь-яким способом імовірність, а невизначеність – це те, що не піддається оцінці.

Імовірність (probability) - можливість одержання визначеного результату. Варто розрізняти об'єктивну і суб'єктивну імовірність. Об'єктивна імовірність - це імовірність, що базується на розрахунку частоти, з яким відбувається даний чи процес явище. Об'єктивна імовірність визначає середнє значення імовірності.

Суб'єктивна імовірність - це імовірність, заснована, на припущенні про можливість одержання даного результату.

Відхилення - це різниця між дійсним результатом і очікуваним. Якщо ми не маємо необхідну інформацію, то очікуваний результат може значно відрізнятися від дійсного [3, с. 176-179].

Пошук інформації також сприяє зниженню ризику. Ми уже відзначали, що більшість помилкових рішень зв'язано з недоліком інформації. Одержання її може значно знизити величину ризику. Інформація – рідке благо, за которое приходится платити. Тому, щоб визначити кількість необхідної інформації, варто порівняти очікувані від неї граничні вигоди з очікуваними граничними витратами, зв'язаними з її одержанням [4, с. 22-24].

При прийнятті управлінських рішень керівнику завжди необхідно враховувати ризик. Важливо

зрозуміти, що поняття «ризик» необхідно в одночас використувувати в значенні безпеки і небезпеки. З однієї сторони ризик скоріше можна віднести до рівня визначеності, з якої можна прогнозувати результат, з іншої, до рівня невизначеності, тобто врахувати всі обставини, які можуть дати негативні наслідки. В ході оцінки альтернатив і прийняття рішень керівник повинен прогнозувати можливі результати в різних обставинах.

Необхідно відзначити, що кінцева результативність прийнятих рішень істотно буде залежити від якості їх реалізації, а також треба врахувати, що низька якість виконання підлеглими дорученої роботи найчастіше зумовлена помилками, допущеними керівниками, відповідальними за реалізацію рішення. Тому на всіх рівнях управління в таких ситуація цьому необхідно приділяти підвищену увагу.

Як відомо, людина постійно навчається і розвивається як особистість,

тому процес професійного розвитку особистості, ми вважаємо, здійснюється у формі навчання, яке проходить самостійно, на службі або в спеціалізованій освітній установі. Зміст професійного розвитку особистості являє собою розвиток як професійних, так і особистісних якостей, а також умінь управляти своїм станом, що дасть змогу приймати управлінські рішення в умовах невизначеності та ризику.

Висновки

Отже, робимо висновок, що індивідуально-професійна діяльність керівників, як суб'єктів управління, характеризує умінь правильно оцінити ризик і, виходячи з цього, прийняти ефективне управлінське рішення, а також потребує подальшого комплексного і всебічного дослідження, оскільки тільки через них, як через канали зв'язку з підлеглими, передається інформація для виконання поставлених задач в умовах невизначеності та ризику.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Теорія та практика підприємницького ризику: Навчальний посібник. – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 224 с.
2. Моделі і методи прийняття рішень в аналізі та аудиті. Навчальний
3. Ніпіаліді О. Прийняття управлінських рішень, аналітичний і інформаційний аспект // Наукові записки. 2001. - №7. – с. 176 – 178.
4. Задоя А.О. Мікроекономіка. Київ: Т-во “Знання”, КОО, 2000, с.176.

Дзюбко Михайло Юрійович – студент групи МОф-13, факультету менеджменту, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: dzyubko18@mail.ua

Науковий керівник: **Фурик Василь Григорович** – кандидат економічних наук, доцент, Вінницький національний технічний університет м. Вінниця

Michael Y. Dzyubko - student MOF-13, Faculty of Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: dzyubko18@mail.ua

Supervisor: **Vasily G. Furyk**, Candidate of Economic Sciences, professor Department of Finance., Vinnitsa National Technical University. Vinnitsa

ВИЗНАЧЕННЯ КРЕДИТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА КОМЕРЦІЙНИМИ БАНКАМИ

Анотація

Розглянуто сутність та основні підходи до визначення економічної категорії "кредитоспроможність позичальника", проаналізовано важливість оцінки кредитоспроможності. Розглянуто основні системи оцінювання кредитоспроможності та визначено проблеми та перспективи подальших наукових розробок у сфері оцінки та аналізу кредитоспроможності клієнтів банку.

Ключові слова: кредитоспроможність, позичальник, банк, підприємство, кредит

Abstract

The essence and fundamental approaches to determining the economic category of "creditworthiness of the borrower," analyzes the importance of assessing creditworthiness. The basic system of assessment of creditworthiness and identified challenges and prospects for further research in the field of assessment and analysis of the creditworthiness of clients. **Keywords:** the creditworthiness of the borrower, the bank, company, credit.

Вступ

В сучасних умовах кредитування є й буде необхідною умовою для розвитку бізнесу в країні, тому що розвивати справу без залучених коштів майже неможливо; банківський кредит є одним із найважливіших чинників, які забезпечують безперервність розширеного відтворення. У процесі надання кредитів перед будь-яким банком постає необхідність оцінки кредитоспроможності позичальників. Оцінка кредитоспроможності відіграє важливу роль, як для банківської установи, так і для власне позичальника.

Метою даної роботи є висвітлення теоретичних та практичних аспектів аналізу кредитоспроможності позичальника, як основної характеристики фінансово-економічної діяльності підприємства для кредиторів, зокрема банків.

Результати дослідження

Сфера кредитування безпосередньо пов'язана з потребами розвитку національного виробництва. Знаходячись у центрі сучасного грошово-фінансового господарства, обслуговуючи інтереси господарських суб'єктів, кредит опосередковує зв'язки між державою, банком, підприємствами, населенням. За допомогою кредиту прискорюється процес обігу капіталу як на макро-, так і на мікроекономічному рівнях. Опосередковуючи всі стадії відтворювального процесу, кредит сприяє досягненню вищої рентабельності виробництва і прибутковості капіталу. Нині завдання відновлення виробничого призначення кредиту стає одним із першочергових. Кредитні відносини мають сприяти подоланню економічної кризи в Україні і забезпечувати прогресивний розвиток вітчизняного товарного виробництва.

Виникнення кредитних відносин носить закономірний, об'єктивний характер. Існування товарно-грошових відносин означає, що суб'єкти господарювання економічно відокремлені один від одного. Кошти кожного підприємства в процесі виробництва і обігу здійснюють індивідуальний кругообіг, відокремлений, з одного боку, від індивідуальних кругооборотів інших підприємств, а з іншого - від обігу коштів держави і населення. Закономірності кругообігу виробничих фондів обумовлюють постійні зміни потреби підприємства в грошових коштах, а відносна самостійність індивідуальних кругообігів призводить до різночасності цих потреб: в той час як одні виробничі ланки зазнають підвищену потребу в коштах, у інших виникають тимчасово вільні кошти.

В результаті цього процесу виникає об'єктивна економічна суперечність між потребами підприємства в грошових коштах та їх наявністю. Ця суперечність може мати дві форми прояву і

виступати як суперечність між наявністю коштів і тимчасовою відсутністю потреби в них та між тимчасовою потребою в додаткових грошових коштах та їх відсутністю.

Перша суперечність виникає в результаті прагнення підприємства підвищувати ефективність своєї діяльності. Однак цієї мети не досягти, якщо не використовувати тимчасово вільні кошти, не знаходити їм сфер застосування. Дана суперечність вирішується за допомогою кредиту, який надається на умовах повернення і платності, завдяки чому кредитор має можливість отримати додатковий дохід у формі позичкового відсотку і підвищити результативність своєї діяльності.

Сутність суперечності між потребами в додаткових грошових коштах та їх відсутністю полягає в необхідності забезпечення безперервного процесу відтворення, розширення виробничого процесу. Природним джерелом покриття даної потреби виступають тимчасово вільні кошти інших підприємств, держави, населення, які можуть надаватися лише у формі кредиту або позики.

Отже, виникнення кредитних відносин є об'єктивною необхідністю.

Процес надання кредиту, який включає сукупність механізмів реалізації кредитних відносин, називають кредитуванням. Юридичною основою системи кредитування є кредитний договір. Усі питання щодо кредитування вирішуються безпосередньо між двома сторонами: кредитором і позичальником. Кредитний договір передбачає виникнення певних обов'язків кожної із сторін. Одночасно суб'єкти кредитних відносин володіють й певними правами та відповідають за дотримання і використання договірних умов.

Вихідним елементом механізму кредитування, через який створюються конкретні умови функціонування кредиту, є принципи кредитування.

Основним принципом кредитування, який забезпечує своєчасне повернення позичкових коштів, є принцип строковості. Цей принцип передбачає економічно обгрунтоване встановлення як строків користування кредитами, так і термінів його погашення.

Принцип строковості спрямований на зміцнення платіжної дисципліни. Кредитори здійснюють економічний вплив на позичальника, який порушує цю дисципліну, шляхом застосування диференційованих відсоткових ставок за користування кредитом, а також використання інших економічних заходів впливу, передбачених кредитною угодою [1].

Стійкий фінансовий стан підприємства формується в процесі всієї його виробничо-господарської діяльності. Тому оцінку фінансового стану можна об'єктивно здійснити не через один, навіть найважливіший, показник, а тільки за допомогою комплексу, системи показників, що детально й усебічно характеризують господарське становище підприємства.

Показники оцінки фінансового стану підприємства мають бути такими, щоб усі ті, хто пов'язаний із підприємством економічними відносинами, могли одержати відповідь на запитання, наскільки надійне підприємство як партнер у фінансовому відношенні, а отже, прийняти рішення про економічну доцільність продовження або встановлення таких відносин з підприємством.

У світовій та вітчизняній практиці використовуються різні фінансові коефіцієнти для оцінки кредитоспроможності позичальника. Їх вибір визначається особливостями клієнтури банку, можливими причинами фінансових труднощів, кредитною політикою кредитора.

Коефіцієнти ліквідності. Ліквідність підприємства характеризується показниками ліквідності балансу як співвідношення активів і платіжних зобов'язань [2].

При розрахунку коефіцієнтів ліквідності враховують групи активів з розділу II балансу, оскільки саме оборотні активи використовуються підприємством для розрахунків за боргами при поточній діяльності. Необоротні активи залучаються для оцінки можливості розрахунків по боргах звичайно на стадії банкрутства підприємства або для оцінки банками вторинних джерел по-гашення кредиту, якщо заставою виступають певні види необоротних активів (будинки, споруди, обладнання тощо).

При розрахунку коефіцієнтів ліквідності зіставляються три види оборотних активів, згрупованих за ступенем ліквідності, з трьома видами поточних пасивів, розподілених за строком їх по-гашення. Якщо підприємство не надає в банк таких розшифровок, при розрахунку коефіцієнтів ліквідності поточні боргові зобов'язання беруть з балансу як підсумкову суму.

З усіх коефіцієнтів ліквідності особливе значення приділяється коефіцієнту покриття. Він є основою для визнання структури балансу незадовільною (при оцінці підприємства на ступінь його неспроможності). В комерційних банках коефіцієнт покриття використовують для оцінки межі кредитування позичальника. На-дання позики банк може припинити при значенні коефіцієнта, яке дорівнює або менше за одиницю. Це означає, що поточні зобов'язання немає чим оплачувати. Коефіцієнти ефективності використання активів доповнюють першу групу показників і дають змогу зробити більш обґрунтовані висновки про результативність діяльності підприємства та його кредитні можливості. Наприклад, якщо показники ліквідності зростають за рахунок збільшення величини дебіторської заборгованості або вартості запасів при одночасному уповільненні їх оборотності, клас кредитоспроможності позичальника не можна перевищувати.

Ефективність використання активів характеризується показниками оборотності. Найбільш поширеними з них є:

- тривалість одного обороту активів;
- коефіцієнт оборотності активів¹.

Тривалість обороту активів багато в чому залежить від органічної будови функціонуючого капіталу в загальній сумі активів, тим триваліше буде оборотність, і навпаки, при збільшенні оборотних активів прискорюється загальна оборотність капіталу.

Враховуючи тривалий строк служби основних засобів, на практиці оборотність частіше визначають лише по оборотних активах. Для прийняття обґрунтованих управлінських рішень ви-вчають показники оборотності окремих видів оборотних коштів:

- оборотність виробничих запасів;
- оборотність дебіторської заборгованості;
- оборотність готової продукції;
- оборотність грошових коштів.

Розраховані показники оборотності окремих видів оборотних коштів необхідні для визначення впливу кожної статті поточних активів на зміну загальної тривалості обороту оборотних акти-вів.

Коефіцієнт оборотності активів в основному використовують у факторному аналізі. Чим коротша тривалість одного періоду, тим більше оборотів здійснюють активи за період і тим ефективніше вони використовуються.

Економічний ефект прискорення оборотності виражається у відносному вивільненні коштів з обороту, в збільшенні обсягів реалізації продукції та суми прибутку. Саме тому зростання коефіцієнта оборотності активів в динаміці розглядають як позитивну тенденцію.

Аналіз платоспроможності (фінансової стійкості) підприємства. Аналіз ділової активності підприємства здійснюється шляхом розрахунку таких показників (коефіцієнтів): коефіцієнта оборотності активів, коефіцієнта оборотності дебіторської заборгованості, коефіцієнта оборотності кредиторської заборгованості, тривалості обертів дебіторської та кредиторської заборгованостей, коефіцієнта оборотності матеріальних запасів, коефіцієнта оборотності основних засобів (фондовіддачі) та коефіцієнта оборотності власного капіталу.[3]

Особливої уваги, у вирішенні проблем, заслуговує методика комплексного аналізу фінансового стану та ділової активності підприємств з визначення узагальнювальних рейтингових оцінок. Використовуючи напрацювання вітчизняних учених, наведемо власну методику визначення рейтингового показника. Для оцінки фінансового стану та кредитоспроможності позичальників використовуємо коефіцієнт ліквідності, фінансової незалежності, автономності, маневреності власних коштів, рентабельності та інші показники. Визначивши розрахункові значення окремих показників, банк, для отримання рейтингової оцінки, визначає клас позичальника на основі визначення інтегрального показника за формулою 1:

$$x_{ij} = \frac{M_{ij}}{Norm M_{ij}} KQ, \quad (1)$$

де x_{ij} – стандартизоване значення показника того чи іншого підприємства;

M_{ij} – абсолютне значення порівняльних показників інших підприємств; KQ — вагові коефіцієнти по відношенню до різних показників, що порівнюються; $NormM_{ij}$ — нормативне (оптимальне) значення, того чи іншого показника.

Середній рейтинг того чи іншого підприємства, на нашу думку, краще визначати за відомою в економічній літературі формулою

$$R_{i_{1,2,...,n}} = \sqrt{(x_{j_1} \cdot j_1)^2 + (x_{j_2} \cdot j_2)^2 + (x_{j_3} \cdot j_3)^2}. \quad (2)$$

Для показників, зростання яких характеризує негативну тенденцію, розрахунок стандартизованого показника доцільно на нашу думку здійснювати за формулою

$$x_{ij} = \frac{1 - M_{ij}}{NormM_{ij}}. \quad (3)$$

Основною метою здійснення наших розрахунків — зведення різних показників, що характеризують ту чи іншу сторону діяльності позичальників до єдиного рейтингового показника і виявлення стійких та ефективних у фінансовому та діловому відношенні підприємств. Структура такої моделі включає розробку матриці узагальнювальної оцінки.

Побудова матриці узагальнювальної оцінки показників фінансового стану підприємства (M_{ij}) матиме таку послідовність дій (алгоритм).

Вихідні дані вводяться в матрицю, тобто таблицю, де по рядках записані номери показників ($i=1,2,3,...,n$) а по стовпцях (графах) назви або номери підприємств. Така матриця поділена на чотири квадранти.

Вхідні дані, що характеризують величину фінансових показників підприємства-позичальників розміщені в I квадранті (M_{ij}). Дані першого квадранта прирівнюються до нормативних показників $NormM_{ij}$, зважених на ваговий коефіцієнт KQ (квадрант II) — і заносяться в квадрант III, як стандартизовані показники.

Величина нормативів є загальновизнаною величиною, що доводиться до комерційних банків з боку НБУ ($NormM_{ij}$), або ж самостійно визнаються банком. Ваговий коефіцієнт (KQ) відображає міру значимості чи питомої ваги окремих показників, що відносяться до певного еталону, наприклад дорівнює 1 і визначається банком. В квадранті IV наведені значення середніх показників по кожному із підприємств-позичальників і місце кожного підприємства, виходячи із бальних оцінок.

Напрацювання зведено в таблицю 1.4.

Таблиця 1.4 - Матриця для оцінки

Показник M_i	Підприємства M_j					Еталон $M_{ij} \times KQ$	x_1	x_2	x_3	x_4
I_1	$M_{11}J_1$	$M_{12}J_2$	$M_{13}J_3$	$M_{14}J_4$	$M_{15}J_5$	$M_{16}J_6$	X_{11}	X_{12}	X_{13}	X_{14}
I_2	$M_{21}J_1$	$M_{22}J_2$	$M_{23}J_3$	$M_{24}J_4$	$M_{25}J_5$	$M_{26}J_6$	X_{21}	X_{22}	X_{23}	X_{24}
КВАДРАНТ I						КВАДРАНТ II	КВАДРАНТ III			
							КВАДРАНТ III			
I_n	$M_{n1}J_1$	$M_{n2}J_2$	$M_{n3}J_3$	$M_{n4}J_4$	$M_{n5}J_5$	X_{n1}	X_{n2}	X_{n3}	X_{n4}	
						R_j	R_1	R_2	R_3	R_4
						Рейтинг				
						Місце				

Середній рейтинг підприємства за показниками, абсолютне зростання яких характеризує позитивні тенденції (коефіцієнт), на нашу думку, можна визначати і за такою формулою:

$$R_{i_n} = \frac{KQ(1 \cdot x_{i_1} j_1) + KQ(1 \cdot x_{i_2} j_1) + \dots + KQ(1 \cdot x_{i_n} j_1)}{x_{i_n} j_n}. \quad (4)$$

Середній рейтинг показників, що характеризують негативні тенденції, визначити таким чином:

$$R_{i_n} = \frac{KQ(1 - x_{i_1} j_1) + KQ(1 - x_{i_2} j_1) + \dots + KQ(1 - x_{i_n} j_1)}{x_{i_n} j_n}. \quad (5)$$

Із застосуванням формули 5, загальний рейтинг негативних показників буде тим вищий, чимнижче абсолютне значення негативних показників.

Визначивши загальну бальну оцінку (рейтинг) кожного підприємства, банк визначає кращого позичальника. Причому кращим буде той позичальник, який набере найбільшу кількість балів. [3]

Висновки

Проведений аналіз показників фінансової стійкості, рентабельності та ділової активності дає можливість оцінити впливи показників діяльності підприємства на кредитоспроможність. На підставі результатів аналізу кредитоспроможності банк робить висновки про здатність позичальника погасити у повному обсязі та у встановлені строки заборгованість і відсотки за кредитом і приймає рішення про можливість укладання з ним кредитної угоди.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Ефимова О. В. Финансовый анализ. — М.: Бухгалтерский учет, 2011.
2. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <<http://ukrkniga.org.ua/ukrkniga-text/73/85/>>
3. Кредитний ризик комерційного банку: Навч. посіб. / В.В. Вітлінський, О.В. Пернарівський, Я.С. Наконечний, Г.І Великоіваненко; За ред. В.В. Вітлінського. — К.: Т-во «Ванна», КОО, 2010 — 251 с.

Цвик Олександр Григорович - студент групи МОФ-13, факультет менеджменту, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: tsvyk4@mail.ru;

Науковий керівник: **Фурик Василь Григорович** - канд. техн. наук, доцент кафедри фінансів, Вінницький національний технічний університет.

Tsvyk G. Oleksandr - Department of Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: tsvyk4@mail.ru;

Supervisor: **Vasily G. Furyk** - candidate. Sc. Associate Professor, Department of Finance, Vinnytsya National Technical University.

ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

¹ Вінницький національний технічний університет

Анотація

Розкрито сутність і значення поняття "фінансове управління". Виявлені основні теоретичні та практичні аспекти управління фінансовою діяльністю підприємства в сучасних умовах розвитку економіки України.

Ключові слова: фінансове управління, фінанси, управління, підприємство, фінансові ресурси, рентабельність.

Abstract

The essence and meaning of "financial condition". The basic theoretical and practical aspects of financial management enterprise in modern conditions economic development of Ukraine.

Keywords: financial management, finance, management, business, financial resources, profitability,

Вступ

Управління фінансами підприємств, які функціонують в умовах вільного ринку, є найменш дослідженою галуззю вітчизняної економічної науки. Така ситуація певною мірою закономірна. За адміністративно-командної економіки переважна більшість підприємств мала державну форму власності і здійснювала свою господарську діяльність згідно із централізованими планами. Управління фінансами підприємств проводилося в адміністративному порядку: на рівні міністерств і відомств приймалися рішення про розподіл прибутку суб'єктів господарювання, виділення їм асигнувань на здійснення капіталовкладень чи поповнення обігових коштів тощо. Менеджменту підприємства не потрібно було приймати рішення щодо збільшення статутного капіталу, емісії акцій чи облігацій, управління інвестиційними вкладеннями та ін., а отже непотрібними були і відповідні спеціалісти.[1]

Отже, можна стверджувати, що одним із найважливіших резервів поліпшення параметрів діяльності підприємств є підвищення рівня кваліфікації фахівців, відповідальних за управління фінансами підприємств, та розробка якісно нових підходів до організації роботи фінансових служб саме у сфері фінансування.

Мета роботи є розгляд теоретичних і практичних аспектів управління фінансовою діяльністю підприємства та пошук шляхів збільшення її ефективності на підприємстві.

Результати дослідження

Поняття "фінансове управління" поєднує в собі дві категорії - управління та фінанси. Поєднуючи категорії "фінанси" та "управління" можна визначити, що фінансове управління – це сукупність форм і методів цілеспрямованого впливу суб'єктів управління на формування і використання фінансових ресурсів.[2]

При цьому визначальними є такі фактори:

- дія об'єктивних та суб'єктивних економічних законів, вплив державних, колективних, приватних інтересів та необхідність їх поєднання;

- потреби суспільства та окремого господарюючого суб'єкта.

Метою фінансового управління є забезпечення необхідними фінансовими ресурсами та підвищення ефективності фінансової діяльності підприємства.

Ефективне фінансове управління, дозволяє забезпечити постійний ріст власного капіталу підприємства, істотно підвищувати його конкурентну позицію на товарному і фінансовому ринках, забезпечувати стабільний економічний розвиток в стратегічній перспективі.

Виходячи із розуміння поняття фінансового управління можна визначити його основні завдання на «підприємстві». А саме:

- 1) забезпечення формування достатнього обсягу фінансових ресурсів відповідно до задач розвитку підприємства;
- 2) забезпечення найбільш ефективного використання сформованого обсягу фінансових ресурсів в розрізі основних напрямів діяльності підприємства;
- 3) оптимізація фінансового потоку;
- 4) забезпечення прибуткової діяльності підприємства при прийнятному рівні фінансового ризику;
- 5) оптимізація структури капіталу підприємства;
- 6) розробка й реалізація кредитної та інвестиційної політики;
- 7) інформаційне забезпечення шляхом складання й аналізу фінансової звітності підприємства;
- 8) моделювання фінансових процесів на підприємстві.

Забезпечення формування достатнього обсягу «фінансових ресурсів» досягається шляхом визначення загальної потреби у фінансових ресурсах підприємства на майбутній період, максимізації обсягу залучення власних фінансових ресурсів за рахунок внутрішніх джерел, визначення доцільності залучення зовнішніх джерел, управління залученням зовнішніх фінансових ресурсів.[3]

Оптимізація розподілу сформованого обсягу фінансових ресурсів передбачає встановлення необхідної пропорційності в їх використанні на цілі виробничого і соціального розвитку підприємства, виплати необхідного рівня доходів, на інвестиційний капітал, власникам підприємства тощо.

Оптимізація фінансового потоку досягається шляхом ефективного управління фінансовими потоками підприємства в процесі кругообороту його фінансових ресурсів за окремими періодами, підтримкою необхідної ліквідності.

Прибутковість діяльності підприємства досягається за рахунок ефективного управління активами підприємства, залучення зовнішніх фінансових засобів, вибору найбільш ефективних напрямів операційної і фінансової діяльності. При цьому, для досягнення мети економічного розвитку підприємство повинно прагнути до максимізації не фінансового результату до оподаткування, а чистого прибутку, який залишається в розпорядженні, що потребує здійснення ефективної податкової, амортизаційної та дивідендної політики. курсових різниць; наявність простроченої дебіторської заборгованості тощо.[4]

Економічна доцільність функціонування будь-якого підприємства, результативність його фінансової діяльності багато в чому визначається станом формування та використання прибутку.

Прибутковість підприємства вимірюється двома показниками – прибутком і рентабельністю. Прибуток виражає абсолютний ефект без урахування використаних ресурсів. Тому для аналізу його доповнюють показником рентабельності.[5]

У фінансовому аналізі використовують різні показники рентабельності. Усі вони відносні й показують, скільки одиниць прибутку (балансового, чистого, операційного, оподаткованого тощо) отримують на одиницю реалізованої продукції (активів, виробничих фондів, власного капіталу тощо).

З рентабельністю капіталу тісно пов'язана його оборотність. Вона слугує одним з найважливіших показників, що характеризує інтенсивність використання коштів підприємства та його ділову активність.

Ділова активність підприємства є досить широким поняттям і включає практично всі аспекти його роботи.

Для прискорення оборотності капіталу можна розробити певні заходи:

- скорочення тривалості виробничого циклу за рахунок інтенсифікації виробництва (використання новітніх технологій, підвищення рівня продуктивності праці, більш повне використання виробничих потужностей підприємства тощо);
- покращення організації матеріально-технічного постачання з метою безперервного забезпечення виробництва необхідними матеріальними ресурсами і скорочення часу надходження капіталу в запаси;
- прискорення процесу відвантаження продукції та оформлення розрахункових документів;
- скорочення часу надходження коштів в дебіторській заборгованості.

На сьогодні більшість підприємств України перебувають у складному фінансовому стані. Взаємні неплатежі між суб'єктами господарювання, високі податкові та банківські процентні ставки призводять до неплатоспроможності підприємств. Зовнішньою ознакою неспроможності

(банкрутства) підприємства виступає припинення його поточних платежів і нездатність задовольнити вимоги кредиторів протягом трьох місяців від настання строку їх виконання.

Тому підготовка кожного управлінського рішення в сфері формування і використання фінансових ресурсів і організації грошового обороту повинна враховувати альтернативні можливості дій. При наявності альтернативних проектів управлінських рішень їх вибір для реалізації повинен бути заснований на системі критеріїв, визначаючих фінансову стратегію або конкретну фінансову політику підприємства. Система таких критеріїв встановлюється самим підприємством.

Проекти управлінських рішень в області фінансової діяльності в поточному періоді повинен орієнтуватися на стратегічні цілі розвитку підприємства. І повинні бути відхилені, якщо вони вступають в протиріччя з головною цілю діяльності підприємства, стратегічними напрямками його розвитку.

Процес управління фінансової діяльності підприємства базується на механізмі стратегічного фінансового управління, що представляє собою систему основних елементів, регулюючих процес розробки і реалізації управлінських рішень в області перспективної фінансової діяльності.[6]

Висновки

За результатами роботи було визначено, що суттєвою причиною кризового стану багатьох вітчизняних підприємств є неналежне виконання фінансовими службами покладених на них функцій і завдань, зокрема відсутність фінансового планування (бюджетування) та аналізу, управління ризиками, роботи щодо оптимізації структури активів та пасивів тощо. Досить часто це зумовлено тим, що відповідальність за всю фінансову роботу на підприємстві покладається на бухгалтерію, а фінансові служби або взагалі відсутні, або їх завдання є невизначеними і не мають нічого спільного з тими, які виконують відповідні служби на підприємствах країн Західної Європи чи США. В цьому зв'язку актуальності набуває визначення місця та ролі фінансових служб у функціональній структурі підприємств.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Алексеев К.С. Методика аналізу фінансово-господарської діяльності підприємства / К.С. Алексеев // Довідник економіста.- 2012. - № 1. - С.14-25: табл.
2. Аналіз і діагностика фінансово-господарської діяльності підприємства: навчальний посібник / під редакцією П.П. Табурчак, В.М. Гумінів, М.С. Саприкіна.- Ростов-на-Дону: Фенікс, 2009. - 352 с. Федоренко В. І. Оцінка та динаміка фінансового стану підприємства / В. І. Федоренко. – К.: Лебідь, 2010. – 227 с.
3. Господарський кодекс України № 436 від 16.01.2003. – К.: Атіка, 2003. – 208 с.
4. Парушіна, Н.В. Основні напрямки аналізу та прогнозування фінансового стану за даними бухгалтерської (фінансової) звітності організацій / Н.В. Парушіна / / Міжнародний бухгалтерський облік.- 2012. - № 2. - С.55-63.- Бібліогр.: С. 63
5. Карпенко Г. В. Шляхи вдосконалення фінансового стану підприємства / Г. В. Карпенко // Економіка держави. – 2010. - №1. – С. 61-62.
6. Під'яблонський Л.М. Фінансова стійкість і оцінка неспроможності підприємств / Л.М. Під'яблонський // Фінанси.- 2010. - № 12.- С. 18 - 20.

Анжеліка Володимирівна Хрипун – студентка групи МОф-15мс, факультет менеджменту, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: lika.khrypun@mail.ru

Науковий керівник: **Фурик Василь Григорович** – кандидат технічних наук, доцент кафедри фінансів, Вінницький національний технічний університет.

Kovbasyuk Anastasia M. - student MOF-15ms, Faculty of Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: lika.khrypun@mail.ru

ОСОБЛИВОСТІ ФІНАНСОВО-КРЕДИТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ БАНКІВ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

У статті розглядається сутність фінансово – кредитної діяльності банків та їх функції в процесі фінансово – кредитних взаємовідносин з підприємствами.

Ключові слова: фінансово – кредитна діяльність, функції банків, фінансово – кредитні взаємовідносини, стратегія фінансово – кредитної діяльності банків.

Abstract

The article deals with the subject matter of financial and credit activity of banking institutions and and their functions in the financial and credit relationship with the enterprises.

Key words: financial-credit activity, bank's functions, financial-credit relationships, strategy of financialcredit banking activity

Вступ

Постановка проблеми. Банківська система України є одним із найбільш розвинутих елементів ринкового господарського механізму. Реформування банків при переході до ринку розпочалося раніше за інші сектори економіки, що визначалося роллю банків при вирішенні завдань перехідного періоду. Проте, незважаючи на позитивні зрушення, банківський сектор України залишається недосконалим та не відповідає вимогам сучасної конкурентоспроможності економіки. Як результат українські банки, особливо після світової фінансової кризи 2008 р. не ефективно виконують свої основні функції у сфері фінансово-кредитної взаємодії з підприємствами в частині: мобілізації грошових ресурсів для кредитування підприємств; наданні довгострокових позик на взаємовигідних умовах.

Таким чином, банки протягом останніх років не ефективно здійснюють посередництво в переміщенні коштів від кредиторів до позичальників та не в повній мірі виконують функцію створення й регулювання грошового ресурсу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Значний науковий внесок у дослідження проблем фінансово-кредитної діяльності банків зробили такі вчені та фахівці, як А. М. Мороз, М. І. Савлук [1], О.І. Лаврушин [2], О.П. Орлюк [3], Р. І. Тиркало [4] та інші.

Метою даної статті дослідження сучасного стану фінансово – кредитної діяльності банків, функцій фінансово-кредитної системи та банків зокрема та визначення комплексу фінансово-кредитних взаємовідносин банків і підприємств.

Результати дослідження

Сучасний стан розвитку банківського сектору України виявляє проблеми, вирішення яких, на наш погляд, може сприяти підвищенню конкурентоспроможності банків до світового рівня. Зокрема, до таких проблем доцільно віднести: високу концентрацію капіталу серед п'яти найбільших банків; нераціональну територіальну структуру, яка є наслідком локального характеру банківських ринків за рахунок нерівномірної концентрації; низький рівень капіталізації банків; низький рівень забезпеченості кредитних позик; низьку кредитоспроможність підприємств- позичальників.

Розвиток фінансово-кредитної діяльності банків обумовлений процесами, які відбуваються на макро- та мікро рівні [6, 7, 8]. Ці процеси проходять більш об'єктивно, оскільки ґрунтуються на економічних законах розвитку. У міжнародній практиці [2; 9] відносно процесів, які відбуваються в банківській системі найбільш поширеною є думка про те, що банківська система являє собою сукупність банківських та інших фінансових установ, які виконують банківські операції.

Метою функціонування банківської системи, як сукупності банків, які взаємодіють на основі встановлених нормативів та правил є завдання забезпечення грошово-кредитного регулювання економіки, кредитно-розрахункового обслуговування та стабільної діяльності банків. Це обумовлює необхідність розгляду функцій фінансово-кредитної системи та банків зокрема. При цьому зазначимо, що основним елементом фінансово-кредитної системи є банк як установа, яка залучає та накопичує вільні грошові кошти підприємств, організацій, домогосподарств, а також здійснює випуск цінних паперів та кредитування економічних суб'єктів господарювання на умовах платності, зворотності, строковості та критеріях забезпечення й цільового використання [3].

Основні умови кредитної діяльності банків:

- платність. Сутність платності кредиту полягає в тому, що банк видає кредити підприємствам за плату, яка називається процентом.
- зворотність. Сутність умови зворотності полягає в необхідності повернення кредиту після закінченні строку його дії.
- строковість. Сутність строковості кредиту визначає умову надання позики підприємствам на певний строк, обумовлений договором.
- забезпечення. Сутність забезпечення полягає в наявності в банку права для захисту своїх інтересів, недопущення збитків від неповернення кредиту через неплатоспроможність підприємства.
- цільове використання. Сутність цільового використання полягає в наявності в банку права контролю використання наданого кредиту у сферах та на потреби, передбачені договором з підприємством

Під фінансовою діяльністю банку, на мою думку, слід розуміти всі заходи та операції, що пов'язані з акумуляцією власного, залученого і позичкового капіталів, їх використанням, примноженням й своєчасним поверненням.

Фінансова діяльність банку характерна наступними основними особливостями:

- Вона є головною формою забезпечення розвитку банку як фінансового посередника у створенні умов для безперервного руху фінансових потоків. Завдання фінансової діяльності та її масштабів визначаються місією та стратегією розвитку діяльності банку, його загальною політикою, яка, своєю чергою, складається з підпорядкованих політик.
- Фінансова діяльність банку є стабільною, тобто її здійснюють постійно. Це пов'язане з тим, що основними функціями сучасного банку є трансформаційні, які зумовлені посередницькою місією банків та їх особливим місцем серед фінансових посередників зокрема.
- Форми, напрями та обсяги фінансової діяльності банку значною мірою залежать від його особливостей і організаційно-правових форм власності. Особливості виконання банківських операцій формують ресурсну базу банківської установи та визначають пропорції у використанні власного й позичкового капіталів, а також в обсягах залучення фінансових ресурсів.
- Фінансова діяльність банку генерує свої специфічні види ризиків, поєднуванні поняттям «фінансовий ризик». Головним із цих ризиків є ризик ліквідності, платоспроможності, ризик втрати фінансової стабільності та кредитні, валютні, інвестиційні ризики.
- Фінансова діяльність визначає специфічність характеру формованих нею грошових потоків банку. Ця специфіка полягає в тому, що в процесі фінансової діяльності позитивний грошовий потік завжди в підсумку цієї діяльності менший за обсягом, аніж негативний грошовий потік.
- Фінансова діяльність банку, на відміну від інших видів, генерує в собі різні види продуктів та послуг, що є результатом специфіки діяльності банку як фінансового посередника, тому підходи до ціноутворення на фінансові ресурси певною мірою відрізняються від ціноутворення на промислову продукцію, продукцію транспорту, будівництва, тощо. Фінансова діяльність банку регулюється інструментами грошово-кредитної політики.

Дослідження, виявлення й осмислення особливостей фінансової діяльності банку та форм її впливу на загальну суму його прибутку дає змогу сформулювати два найважливіші критеріальні завдання цієї діяльності: по-перше, мінімізацію вартості додатково залученого капіталу, по-друге, оптимізацію структури джерел додатково залученого капіталу.

Обидва ці завдання, що визначають результативність фінансової діяльності банку, істотно впливають на загальний рівень його прибутку.

Крім того, діяльність банків, як елементів національної економіки орієнтована на цілі економічної політики та полягає в стимулюванні оптимальних темпів розвитку економіки шляхом надання підприємствам можливості залучати додаткові грошові ресурси. У цьому розумінні на наш погляд, заслуговує на увагу думка А.М. Мороза, який вважає банківські установи складовою частиною кредитної системи [1].

За умов, коли банки насамперед спеціалізуються на посередницькій діяльності [11], яка пов'язана із залученням грошових коштів на ринку фінансових ресурсів з метою продажу підприємствам, для їхньої ефективної фінансово-кредитної діяльності однаково важливими є операції із залучення коштів та їх розміщення. У свою чергу операції залучення коштів впливають на розмір банківських ресурсів, які є необхідною умовою розвитку масштабів діяльності банків. Ефективне розміщення фінансово-кредитних ресурсів забезпечує підвищення дохідності та ліквідності банків, їх економічну самостійність та стабільність.

Слід відмітити, що функції банку є критеріями, за якими можливо визначити повноваження, форми організації та здійснення ними діяльності. За загальним підходом, під функцією банку слід розуміти конкретний процес діяльності, зміст якої визначається однорідністю та спрямованістю з вирішення поставлених цільових завдань. Зокрема, правовим відображенням функцій банків є компетенція.

За аналізом літератури [4, 13] можна визначити, що серед науковців немає єдиної думки щодо складу функцій, які виконують банки.

Однак, на нашу думку, зважаючи на організаційні засади створення банків у формі підприємств, доцільно виділити наступні групи функцій:

- загальні функції, які відносять до управління діяльністю суб'єктами господарювання, зокрема організацію, планування, операції, контроль тощо;
- функції маркетингу, які забезпечують ефективну діяльність банку в ринкових умовах, зокрема діагностика, реклама, комунікації тощо);
- спеціальні функції банку, зокрема мобілізація, вкладення, фінансово-кредитне посередництво, стимулювання, банківські послуги тощо.

Слід відмітити, що особливість посередницької функції банків полягає в тому, що критерієм ефективності перерозподілу фінансово-кредитних ресурсів банком є прибуток від їхнього використання позичальником [14].

Отже, використання кредиту позичальником не тільки сприяє прискоренню обігу капіталів в економіці, скороченню витрат виробництва та зростання доходів підприємств, але й сприяє ефективній реалізації діяльності банків як фінансових посередників. З іншого боку, на нашу думку, доцільно звернути увагу на те, що об'єктом банківської діяльності є засоби платежу та накопичення, якими є гроші та інші цінності, які мають функції грошей.

Висновок

Встановлено, що пріоритетним завданням банків при розробленні стратегії фінансово-кредитної діяльності є глибоке і повне розуміння глобальних тенденцій розвитку реального сектору економіки та своєї місії в цьому розвитку. При розробці зазначеної стратегії банки повинні враховувати:

- економічний стан підприємств, який може бути як сприятливий, так і несприятливий для діяльності банків на поточний момент;
- маркетинг послуг, що дозволяє сконцентрувати зусилля на перспективних напрямках розвитку банку;
- державна підтримка розвитку банку.

При формуванні стратегії фінансово-кредитної діяльності банків доцільно дотримуватися певних принципів: визначення закономірності врахування міжнародного досвіду розвитку банківської діяльності; необхідність адаптації ринкових економічних механізмів до реалій вітчизняної економіки в умовах нестабільності банківської системи.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Банківські операції: підручник/ А. М. Мороз, М. І. Савлук, М. Ф. Пуховкіна; ред. : А. М. Мороз. -К.: КНЕУ, 2008. -608 с.
2. Банковское дело: современная система кредитования: учебное пособие/ О.И. Лаврушин, О.Н. Афанасьева, С.Л. Корниенко; под ред.засл. деят. науки РФ, д-ра экон. наук, проф. О.И. Лаврушина. — 3-е изд.,доп. - М. : КНОРУС, 2011. - 264 с.
3. Фінансова енциклопедія / ред. : О. П. Орлюк. -К.: Юрінком Інтер, 2008. - 472 с.
4. Банківська справа: Навч. посібник / За ред. Р. І. Тиркала. — Тернопіль: Економічна думка, 2011. — 219 с.
5. Дані фінансової звітності банків України [Електронний ресурс]. – Банківський нагляд. – Режим доступу: http://www.bank.gov.ua/control/uk/publish/category?cat_id=64097.
6. Грозний І.С. Використання узагальнюючих показників для оцінки процесу формування конкурентних переваг промислового підприємства/ І. С. Грозний // Вісник економічної науки України. – 2008. – № 2. – С. 31–35
7. Кравець В.М. Західноєвропейський банківський бізнес: Становлення і сучасність / В.М. Кравець, О.В. Кравець. — К. : Знання-Прес, 2008. — 470с.
8. Панова Г.С. Кредитная политика коммерческого банка. - Москва: Изд-во МГУ, 2009. - 464с
9. Кривов'яз, Т.В. Фінансовий облік у банках: навч.-метод. посібник для самостійного вивчення дисципліни/ Т. В. Кривов'яз, Я. М. Остапчук. -К.: КНЕУ, 2008. -312 с.
10. Шеремет А. Д., Щербакова Г. Н. Финансовый анализ в коммерческом банке. — М.: Финансы и статистика, 2012. — 256 с.
11. Банковская энциклопедия / Под ред. С. И. Лукаш, Л. А. Малютиной. — Днепропетровск: Каисса-Плюс, 2004. — 250 с.
12. Скибенко С.Т. Банківські операції: Навч. посіб./ С.Т. Скибенко, С.П. Халява, Л.О. Цветкова. – К.: НМЦ «Укоопосвіта», 2008. – 240 с.
13. Банковский менеджмент: учебник/ ред. О. И. Лаврушин. -М.: КНОРУС, 2012. -560 с.
14. Банковское дело: Краткий словарь-справочник / Сост. А. В. Калина, В. Н. Кочетков. — К.: МАУП, 2008. — 132 с.

Сторчак Аліна Олександрівна – студентка групи Моф-13, факультет менеджменту, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail : alina22345@rambler.ru.

Науковий керівник : **Фурик Василь Григорович** – кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансів, Вінницький національний технічний університет, Вінниця.

Alina O. Storchak - student MOF-13, Faculty of Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail : alina22345@rambler.ru.

Supervisor: **Vasily G. Furyk**, Candidate of Economic Sciences, professor Department of Finance., Vinnitsa National Technical University. Vinnitsa

ЗОВНІШНІЙ БОРГ УКРАЇНИ І ПРОБЛЕМИ ЙОГО ПОГАШЕННЯ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Стаття присвячена оцінці тиску державного зовнішнього боргу на українську економіку. Предметом дослідження є зовнішня державна заборгованість та її характеристики в контексті забезпечення фінансової стабільності та економічного розвитку в Україні. На основі методу порівняльного аналізу в дослідженні встановлено тенденції боргової безпеки України, зокрема: відношення платежів щодо обслуговування боргу до експорту, відношення обсягу боргу до експорту, відношення боргу до доходів бюджету, відношення боргу до ВВП, відношення короткострокового боргу до його загального обсягу. На основі логічного методу в статті визначено перспективи фінансової стабільності і економічного розвитку української економіки.

Ключові слова: державний борг; зовнішній державний борг; декомпозиція боргу; боргова безпека; державні витрати; обслуговування державного боргу.

Abstract

The article estimates the pressure of public external debt on the Ukrainian economy. The object of study is the external public debt and its characteristics in the context of financial stability and economic development in Ukraine. On the basis of comparative analysis it has been determined the trend of the debt security of Ukraine: the ratio of payments for debt service to exports ratio of debt to exports, debt-to-revenue, debt-to-GDP ratio of shortterm debt to total debt. On the basis of logic method the prospects for financial stability and economic development of the Ukrainian economy are determined.

Keywords: public debt; public external debt; decomposition debt; debt security; government spending; servicing the public debt.

Вступ

На сучасному етапі розвитку України особливо гостро відчувається проблема дефіциту грошових коштів. Цей процес є важливим фактором впливу на функціонування економіки нашої держави. Зовнішній борг є складовою частиною економічної системи, справляючи як пряму, так і опосередковану дію на державний бюджет, грошово-кредитну і валютні системи, рівень інфляції, внутрішні і зовнішні заощадження, іноземні інвестиції тощо. Таким чином, зовнішній борг впливає на економіку країни в цілому, а можливості його ефективного використання в більшості визначаються загальним рівнем розвитку економіки і зачіпають практично всі елементи економічної системи. У зв'язку з цим існує необхідність стабілізації фінансової системи країни, що вимагає досягнення необхідних темпів економічного зростання, вирівнювання рівня інфляції тощо. В даному випадку безпосереднє значення належить управлінню зовнішнім боргом держави.

Метою роботи є визначення тенденцій боргової безпеки України та перспектив фінансової стабільності і економічного розвитку української економіки на основі аналізу декомпозиції зовнішнього державного боргу в Україні за типами кредиторів і позичальників, валютою, типом боргових інструментів, а також на основі оцінки динаміки витрат на його обслуговування і погашення.

Результати дослідження

Для України державний борг є гострою фінансовою проблемою. В структурному плані він поділяється на державний внутрішній та зовнішній державний борг. Внутрішній борг держави становить собою заборгованість уряду по державних цінних паперах, щодо невиплати заробітної

плати у всіх галузях народного господарства, взаємозаборгованість підприємств між собою і державою, боргу держави підприємствам за продукцію. У сучасному економічному словнику зовнішня заборгованість, ототожнена із поняттям "зовнішній борг", трактується як сумарні грошові зобов'язання країни, виражені грошовою сумою, що підлягають поверненню зовнішнім кредиторам на певну дату [1]. Із даного визначення випливає, що зовнішній борг це не що інше, як загальна заборгованість країни за зовнішніми позиками і несплаченими за ними відсотками. Аналогічне визначення дають і інші російські економісти: Дробозіна Л.А. [2], Саркісянц А.Г [3], Ковальова А.М. [4]. Тлумачення зовнішнього державного боргу через грошові обов'язки країни зустрічаємо у фінансовому словнику: "Зовнішній державний борг – це сумарні грошові обов'язки країни, виражені грошовою сумою, яка підлягає поверненню зовнішнім кредиторам на певну дату, тобто загальна заборгованість країни за зовнішніми позиками і несплаченими за ними відсотками" [5]. Зовнішній державний борг характеризується як показник, що відображає будь-яку зміну у порядку, обсязі і термінах погашення зовнішніх зобов'язань. Ототожнення категорій "зовнішній борг" і "зовнішня заборгованість держави" зустрічаємо і у всесвітньо відомому підручнику Макконнелла Кемпбелла Р. і Брю Стенлі Л. "Економікс" [6, с.385].

Таким чином, враховуючи розглянуті визначення категорії "зовнішній державний борг", автор пропонує власне визначення даної категорії: зовнішній державний борг – сукупність зобов'язань органів державної влади всіх рівнів перед нерезидентами за непогашеними позиками та нарахованими відсотками, а також зобов'язань підприємств, гарантованих органами державної влади.

Великі розміри внутрішнього і зовнішнього боргу, а також зростання витрат на його обслуговування посилює як актуальність самої проблеми, так і пошуку шляхів удосконалення його управління. Актуальність проблеми дослідження підтверджується наступними фактами:

- формування зовнішнього державного боргу України почалося відносно недавно, після отримання незалежності. На момент розпаду СРСР Україна не мала зовнішніх зобов'язань щодо союзних боргів, оскільки Росія взяла на себе відповідальність за всі борги радянської держави (66 млрд. дол. на кінець 1991 р.) [7, с.705];

- в наслідок закриття банківських рахунків в установах колишнього Ощадного банку Радянського Союзу поставило Україну перед проблемою повернення громадянам знецінених заощаджень. Виплата втрачених заощаджень громадян відбувається повністю за рахунок коштів Державного бюджету України;

- зважаючи на складну фінансово-економічну ситуацію в державі в перші роки її незалежності, відбулося динамічне зростання зовнішнього державного боргу.

- висока вартість обслуговування державного боргу, яка перевищує 10% обсягів доходів Зведеного бюджету України. Дамо коротку характеристику стану зовнішнього боргу України на сучасному етапі. Валовий зовнішній борг України станом на 1 січня 2014 року становив 142.5 млрд. дол. США, збільшившись порівняно з початком року на 7.4 млрд. дол. США. Відносно ВВП обсяг боргу зріс за 2013 рік з 76.6 до 78.3%. Основним чинником такої динаміки було зростання обсягів зовнішніх зобов'язань реального сектору економіки переважно за торговими кредитами. Водночас борг органів грошово-кредитного регулювання продовжував скорочуватися. Динаміка валового зовнішнього боргу України на рис. 1.

Зовнішні зобов'язання секторів загального державного управління та органів грошово-кредитного регулювання (далі – ЗДУ та ОГКР відповідно) з початку 2013 року зменшилися на 0.5 млрд. дол. США – до 31.7 млрд. дол. США. Відносно ВВП борг державного сектору скоротився з 18.3 до 17.4%. Збільшення зовнішнього боргу сектору ЗДУ на 2.6 млрд. дол. США внаслідок значних розміщень ОЗДП було компенсоване зменшенням зобов'язань сектору ОГКР на 3.1 млрд. дол. США в результаті планових виплат за кредитом "Стенд-бай" МВФ.

У 2013 році вперше за останні п'ять років зафіксовано зростання зовнішніх зобов'язань банківського сектору (на 1.0 млрд. дол. США) до 22.5 млрд. дол. США (12.4% від ВВП) за рахунок:

- збільшення зобов'язань за борговими цінними паперами в результаті розміщення єврооблігацій на початку року (1.3 млрд. дол. США) та купівлі нерезидентами внутрішніх облігацій банків (0.5 млрд. дол. США);

- залучення короткострокових кредитів (переважно в IV кварталі) на 1 млрд. дол. США;

- зменшення заборгованості банків за довгостроковими кредитами перед нерезидентами на 1.8 млрд. дол. США. (Табл 1).



Рис. 1. Динаміка валового зовнішнього боргу України

Таблиця 1– Показники зовнішнього боргу України за 1 кв. 2004-1 кв. 2014 р.

Показники	Сектор загального державного управління (ЗДУ)	Органи грошово-кредитного регулювання (ОГКР)	Банківський сектор	Інші сектори	Валовий зовнішній борг	Валовий зовнішній борг, у % до ВВП
01.01.2004	8743	1919	1746	10989	23811	45,00%
01.01.2005	10058	1690	2662	15678	30647	43,00%
01.01.2006	10506	1254	6112	20913	39619	50,00%
01.01.2007	10924	880	14089	26676	57512	55,00%
01.01.2008	11884	462	30949	33581	79955	55,00%
01.01.2009	11959	4725	39471	41255	101659	88,00%
01.01.2010	17806	6210	30861	43441	103396	85,00%
01.01.2011	24982	7509	27119	50843	117346	80,00%
01.01.2012	25874	7487	25198	60557	126236	80,00%
01.01.2012	25828	6973	24061	62285	126884	75,00%
01.01.2012	23941	6247	24042	66497	128955	73,00%
01.01.2012	26785	5617	22594	68535	132447	72,00%
01.01.2013	27333	4853	21553	72433	135065	75,00%
01.01.2013	27495	4008	21878	74031	136276	77,00%
01.01.2013	27092	3291	21261	73822	134370	78,00%
01.01.2013	27277	2615	21193	77776	137722	82,00%
01.01.2014	29922	1775	22555	79425	142520	85,00%

Зовнішній борг інших секторів економіки (включно з міжфірмовим боргом) у 2013 році збільшився на 6.9 млрд. дол. США – до 88.3 млрд. дол. США (48.5% від ВВП). Основними чинниками, що зумовили зростання боргу реального сектору за звітний період, були:

- накопичення кредиторської заборгованості підприємств за зовнішньоторговельними операціями (включно з простроченими торговими кредитами) на 4.7 млрд. дол. США;
- зростання обсягів зобов'язань за довгостроковими кредитами та облігаціями на 2.9 млрд. дол. США. Заборгованість за кредитами, отриманими від прямих інвесторів, на кінець 2013 року залишилася на рівні 8.8 млрд. дол. США (4.9% від ВВП). Основною валютою зовнішніх запозичень України станом на 1 січня 2014 року залишається долар США (77.9%). Питома вага зобов'язань у СПЗ перед МВФ скоротилася з 9.5 до 5.1%. Час-тка зовнішньої заборгованості в гривнях залишалася незначною – 2.6% від валового обсягу боргу.

Обсяг короткострокового зовнішнього боргу за залишковим терміном погашення на кінець 2013 року становив 69 млрд. дол. США, збільшившись порівняно з початком року на 3.0 млрд. дол. США. Основним чинником зростання було збільшення кредиторської заборгованості підприємств за зовнішньоекономічними контрактами.

Успішне досягнення цілей, що стоять перед Україною в сфері економічної та соціальної політики, значною мірою залежить від ефективності управління зовнішнім державним боргом, що є одним з пріоритетних завдань фінансової політики держави, важливою умовою її фінансової стабільності. Ефективне управління боргом на всіх його етапах (починаючи з моменту вибору джерела та напряду використання коштів і закінчуючи погашенням боргу) дозволить уникнути кризових боргових ситуацій та перевантаження видаткової частини державного бюджету в розрізі витрат на обслуговування державного боргу, сприятиме забезпеченню стабілізації соціально-економічної ситуації та розвитку економіки України. Фінансові ресурси, отримані за рахунок державних зовнішніх запозичень та використані на інвестиційні цілі, сприятимуть розвитку економіки України, що в майбутньому забезпечить зростання дохідної частини державного бюджету.

Правовою основою управління зовнішнім державним боргом є Конституція України, в якій передбачено (ст. 92), що виключно законами України встановлюються порядок утворення і погашення зовнішнього державного боргу, порядок випуску та обігу державних цінних паперів, їх види та типи. Ст. 85 Конституції України до виключних повноважень Верховної Ради України віднесені затвердження рішень про надання Україною позик і економічної допомоги іноземним державам та міжнародним організаціям, а також про одержання Україною від іноземних держав, банків і міжнародних фінансових організацій позик, не передбачених Державним бюджетом України, здійснення контролю за їх використанням [8].

Державне управління залученням зовнішніх коштів, як правило, здійснюється в контексті бюджетного процесу, де на кожний бюджетний період відповідно Законом про Державний бюджет України встановлюється граничний обсяг зовнішнього державного боргу та граничний обсяг надання гарантій [9]. Величина основної суми державного боргу не повинна перевищувати 60 % фактичного річного обсягу ВВП України. У разі перевищення граничної величини, визначеної Бюджетним кодексом України, Кабінет Міністрів України зобов'язаний вжити заходи для приведення цієї величини до норм.

Отже, на сьогоднішній день для України вкрай необхідною є розробка стратегії держави в питаннях зовнішніх запозичень. Здійснення ефективної боргової політики в Україні передбачає розробку концепції такої боргової стратегії, в якій державний борг розглядатиметься не з позиції боргового тягаря на економіку України, а як інструмент економічного зростання в державі.

Залучені зовнішні позики повинні вести до збільшення виробничих потужностей, головним чином тих підприємств, продукція яких йде на експорт. Збільшення експорту продукції призведе до збільшення валютних надходжень до держави, які необхідні для обслуговування та погашення зовнішнього боргу.

Ріст державного боргу призводить до збільшення витрат по його обслуговуванню. Управління державним боргом повинно бути спрямовано на збільшення середнього терміну погашення заборгованості та скорочення витрат на обслуговування боргу.

Розміри державного боргу в своїх абсолютних значеннях можуть досягати досить великих величин, проте борг завжди мусить знаходитися в певній визначеній кореляційній залежності у відповідній пропозиції, відносно абсолютної величини ВВП. Стратегічною метою державної боргової політики України має стати залучення фінансових ресурсів для ефективної реалізації програм

інституційного та інвестиційного розвитку країни із одночасним забезпеченням стабільного співвідношення державного боргу до ВВП.

Висновки

На сьогоднішній день для України вкрай необхідною є розробка стратегії держави в питаннях зовнішніх запозичень. Здійснення ефективної боргової політики в Україні передбачає розробку концепції такої боргової стратегії, в якій державний борг розглядатиметься не з позиції боргового тягаря на економіку України, а як інструмент економічного зростання в державі. Залучені зовнішні позики повинні вести до збільшення виробничих потужностей, головним чином тих підприємств, продукція яких йде на експорт. Збільшення експорту продукції призведе до збільшення валютних надходжень до держави, які необхідні для обслуговування та погашення зовнішнього боргу. Ріст державного боргу призводить до збільшення витрат по його обслуговуванню. Управління державним боргом повинно бути спрямовано на збільшення середнього терміну погашення заборгованості та скорочення витрат на обслуговування боргу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Державний борг. Економічна сутність державного боргу [Електронний ресурс] / Фінанси України та сусідніх держав. - Режим доступу: http://pidruchniki.ws/1228112847265/finansii/derzhavniy_borg
2. Корнев, В. Боргові парадокси і орієнтири державних запозичень [Текст] / В. Корнев // Економіка України. - 2009. - № 6. - С. 30-37.
3. Юрій С.І. Фінанси [Текст]: підручник / За ред. С.І.Юрія, В.М.Федосова. - К.: Знання, 2008. - 611с.
4. Ковальчук, С.В. Фінанси [Текст] : навчальний посібник / С. В. Ковальчук, І. В. Форкун - Львів: «Новий світ – 2014», 2009. - 568с. - ISBN 966-7827-77-1.
5. Карлін, М. І. Бюджетна система України [Текст] : навчальний посібник / М. І. Карлін. - К. : Знання, 2008. - 428с. - ISBN 978-966-346-489-3.
6. Базилевич В.Д. Економічна теорія: Політекономія [Текст] : підручник / В.Д.Базилевич. - К.: Знання, 2015 – 479с.
7. Павутина боргів Єврозони [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://www.bbc.co.uk/ukrainian/multimedia/2011/11/111118_eurozone_debt_ak_it.shtml
8. Управління державним боргом [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://ukrref.com.ua/index.php?id=NDI2Mw==&g=1>
9. Управління державним боргом [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://imanbooks.com/book_383_page_9

Заграй Віра Олександрівна – студентка групи Моф-13, факультет менеджменту, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail : Virazagrai@mail.ru.

Науковий керівник : **Фурик Василь Григорович** – кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансів, Вінницький національний технічний університет, Вінниця.

Vira O. Zahrai - student MOF-13, Faculty of Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail : Virazagrai@mail.ru.

Supervisor: **Vasily G. Furyk**, Candidate of Economic Sciences, professor., Vinnitsa National Technical University. Vinnitsa

УПРАВЛІННЯ СИСТЕМОЮ БЕЗГОТІВКОВИХ РОЗРАХУНКІВ ПІДПРИЄМСТВ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Метою статті є виявлення проблем, пов'язаних з розвитком системи безготівкових розрахунків підприємств, визначення принципів ефективного функціонування системи безготівкових розрахунків. Визначено, що в структурі грошового обороту країни частка безготівкових розрахунків є незначною, але з кожним роком вона збільшується. Також перехід на систему безготівкових розрахунків, як сучасного способу оплати, є пріоритетним завданням для підприємств господарювання.

Ключові слова: безготівкові розрахунки, грошові кошти, фінансові ресурси, бухгалтерський облік, акредитив, вексель, чек, платіжне доручення

Abstract

The purpose of the article is to identify problems related to the development of cashless payments businesses determine the principles of effective functioning of cashless payments. It was determined that the structure of the country's cash flow share of cashless payments is insignificant, but every year it increases. Also, the transition to a system of cashless payments, as a modern method of payment is a priority for business management.

Keywords: non-cash payments, cash, financial resources, accounting, credit, bill of exchange, check, money order

Вступ

Актуальність обліку безготівкових розрахунків пов'язана з тим, що на даний час окреслилася гостра потреба у вивченні і запровадженні усіма учасниками ринкових відносин механізмів функціонування нових форм безготівкових розрахунків. Безготівкові розрахунки стають як ніколи актуальними за умов ринкової економіки, оскільки помітно збільшилась ефективність банківської діяльності і знизилась видатки за банківськими операціями.

Метою дослідження є розробка науково-обґрунтованих рекомендацій і пропозицій щодо удосконалення управління системою безготівкових розрахунків підприємств.

Результати дослідження

За сучасних умов гроші є негативним атрибутом господарському житті. Тому всі угоди, пов'язані з постачанням тих матеріальних цінностей і наданням послуг, завершуються грошовими розрахунками. Останні можуть приймати відвідувачів як готівкову, і безготівкову форму. Організація грошових розрахунків із використанням безготівкових грошей набагато кращий платіжів готівкою, оскільки досягається значна економія на витратах звернення.

Основну частину грошових розрахунків (80-90 відсотків) становить безготівковий грошовий розрахунок. Широкому застосуванню безготівкових розрахунків сприяє наявність розгалуженої мережі банків, і навіть зацікавленість держави у розвитку, як у вищезазначеній причині. Зміни відбуваються й у функціонуванні банків: підвищується самостійність й ролі банків; вишукуються шляхи зростання ефективності банківського обслуговування, йде пошук оптимального розмежування сфер роботи і функцій, спеціалізованих фінансово-кредитних і банківських установ, постійно розробляються нове банківське законодавство відповідно до завданнями сучасного етапу розвитку.

Проблеми обліку безготівкових розрахунків досліджувалися українськими та зарубіжними вченими, такими як Н.А. Куфакова, Ю.А. Ровинський, М.М.Агарковою, Л.К. Вороновою, М.С. Матрохіною, Л.Г. Єфімовою, Б.М.Івановою, А.О. Селівановою, Н.І. Хімічевою, Я.А. Гейвандовою, А.М. Гуляєвою, М.П. Кучерявенком, О.П. Орлюком, Є.О. Алісовою, Н.С. Дубенко, О.М. Євремовим, О.В. Міняйлом, А.М. Морозом, А.І. Савлуком, М.Ф.Пуховкіною, М.В Ніконовою, та ін.

В Україні за роки незалежності створена національна платіжна система, з червня 1993 року функціонують Центральна розрахункова палата, Центр міждержавних розрахунків, Національна платіжна рада, з січня 1994 року працює Система електронних платежів (СЕП). Введення СЕП дозволило досягти світового рівня обробки інформації в сфері міжнародних розрахунків, підвищити надійність, обмежити ризик обігу фальшивих грошей та прискорити рух коштів між окремими банками.

Безготівкові розрахунки – розрахунки, що проводяться без участі готівки, тобто в сфері безготівкового грошового обороту рис.1 [1, с.123].



Рисунок 1 – Ознаки класифікації безготівкових розрахунків

За об'єктами розрахунків, тобто залежно від призначення платежу, безготівкові розрахунки поділяють на дві групи:

- розрахунки за товарними операціями – платежі за товарно-матеріальні цінності, надані послуги та виконані роботи;
- розрахунки за нетоварними операціями – сплата податків та перерахування інших платежів до бюджету, одержання і повернення банківських позик, страхових сум.

Основне місце в цих розрахунках займають платежі за матеріальні цінності та послуги.

Залежно від місця проведення безготівкових розрахунків виділяють:

- внутрішньодержавні (внутрішньо міські, що здійснюються в межах одного населеного пункту, і міжміські – за межами цього пункту);
- міждержавні розрахунки (між господарськими суб'єктами, які знаходяться на територіях різних держав).

У правовій науці виділяють досить велику кількість критеріїв для класифікації безготівкових розрахунків на види.

На думку О. П. Подцерковного, організаційно виправданий поділ форм безготівкових розрахунків на дві групи – інструментальні форми розрахунків та інтегративні (комплексні) форми розрахунків, залежно від самостійності компетенції суб'єктів на здійснення прийому-передачі грошового еквівалента, оскільки це дозволяє досягнути внутрішньої єдності класифікації [2, с.458].

Першій групі форм безготівкових розрахунків властива завершена здатність без залучення інших форм реалізовувати завдання платіжної операції, тобто переводити кошти з рахунку платника на рахунок одержувача.

Другій групі – інтегративним (комплексним) формам розрахунків така цілісна самостійність, на його думку, не властива. Вони являють собою надінструментальні утворення й можуть бути остаточно реалізовані переважно з підключенням у відповідні відносини інструментальних форм розрахунків.

Як наступну підставу класифікації можна виділити час передачі коштів. Розрахунки за цією підставою поділяються на:

- негайні (розрахунки в режимі «реального часу» - on-line при електронних розрахунках);
- розрахунки з відстроченням платежу з наданням кредиту або без надання такого (за принципом: «*praesens obligatio, in diem uitem dilata solutio*» (зобов'язання є, але платіж відстрочений)).

Усі розрахункові операції, що здійснюються комерційними банками, можна класифікувати за різними ознаками:

- за складом учасників розрізняють операції: міжбанківські; клієнтські; внутрішньобанківські;
- за видом платіжних документів: платіжними дорученнями; платіжними вимогами-дорученнями; чеками; векселями; картками;

- за формою проведення: перекази; акредитивні; інкасові; клірингові.

І. А. Безклубий пропонує також додати такий критерій класифікації, як підстави виникнення безготівкових розрахунків, пропонуючи розрізняти розрахунки, що виникли на підставі одностороннього правочину, договору, рішення суду, закону [3, с.95].

Усі підприємства, незалежно від форм власності і виду діяльності зобов'язані зберігати свої грошові кошти в установах банків. Ефективність функціонування економіки в цілому і кожним окремому підприємстві значною мірою залежить від організації розрахунків.

Оскільки безготівкові розрахунки мають, вирішальне значення у здійсненні народногосподарського обороту, необхідний контроль за станом розрахунків, законністю проведення грошових операцій, правильним оформленням розрахункових документів та вчасністю їх проходження.

При здійсненні розрахунків можуть застосовуватись акредитивна, інкасова, вексельна форма розрахунків, а також форми розрахунків за розрахунковими чеками з використанням розрахункових документів на паперових носіях і в електронному вигляді, платіжні картки [4, с.326].

Для створення ефективної системи безготівкових розрахунків принципове значення має правильне визначення її принципів - основних нормативних положень, якими слід керуватися, щоб безготівкові розрахунки максимально сприяли прискоренню народногосподарського обороту. Виділяються такі основні принципи організації безготівкових розрахунків:

1. Грошові кошти всіх господарських суб'єктів (як власні, так і залучені) підлягають обов'язковому зберіганню на розрахункових, поточних та інших рахунках в установах банків. При кризовому стані економіки недотримання цього принципу призводить до відтоку грошей з легальних каналів грошового обороту і, як наслідок, до посилення тіньового характеру економіки.

2. Грошові розрахунки і платежі підприємств (організацій) усіх форм власності здійснюються через установи банків, як правило, в безготівковому порядку за документами, що передбачені правилами проведення цих розрахунків. Готівкові розрахунки характерні лише для невеликих за сумою міжгосподарських платежів і обмежених витрат на внутрігосподарські потреби. В кризовій економіці здійснення розрахунків між господарськими суб'єктами готівкою (а часто й валютною іноземних держав), минаючи установи банків і поза їхнім контролем, посилює нелегальний режим функціонування багатьох підприємств і організацій, призводить до розширення дефіциту реальних — **живих** грошових коштів.

3. Розрахунки з покупцями за товарно-матеріальні цінності і послуги проводяться, як правило, після відпуску продукції або надання послуг. Максимальне наближення моменту проведення платежу до терміну відпуску товарів - необхідна умова забезпечення економічності безготівкових платежів. Проведення оплати товарів і послуг після їх відвантаження (відпускання, надання) без затримки платежу свідчить про високу платоспроможність підприємств і ефективну платіжну та договірну дисципліну в народногосподарському обороті країни.

4. Платежі за товари і послуги з рахунка підприємства здійснюються, як правило, за згодою (акцептом) платника (власника рахунка) після перевірки виконання постачальником договірних умов. У разі порушення умов договору платник може відмовитися від оплати розрахункових документів, про що повідомляє постачальника у порядку і в терміни, непередбачені договором. Цей принцип організації безготівкових розрахунків відображає основоположну роль споживача (покупця) в системі ринкових відносин.

5. Безготівкові розрахунки проводяться за рахунок і в межах коштів, що є на рахунку платника, або його права на одержання кредиту (банківського чи комерційного). Якщо на рахунку покупець немає достатніх грошових коштів, платежі не можуть бути здійснені в принципі — **«Не постачати, не маючи гарантій оплати»** - правило ринкових відносин. Банком відкривається і обслуговується картотека неоплачених вчасно розрахункових документів. Платежі проводяться в міру надходження грошових коштів на рахунок платника.

6. Зарахування коштів на рахунок одержувача відбувається після списання відповідних грошових сум з рахунка платника. Банк зобов'язаний проконтролювати ці рахунки, щоб попередити зловживання, що мають місце під час оплати безтоварних документів. Якщо буде встановлено факт подання в банк безтоварних розрахункових документів, то банк зобов'язаний стягнути штраф з підприємства (організації), яке виписало такий документ.

Постачальники і покупці (споживачі) мають право вільного вибору форми безготівкових розрахунків і способу платежу, що узгоджується при укладанні договорів поставок або договорів

підряду. Банк не втручається у договірні відносини та вибір форм розрахунків і способу платежу. Платники й одержувачі коштів контролюють вчасне проведення розрахунків і претензій, що виникають, розглядають їх у встановленому претензійно- позовному порядку без участі банківських установ. Необхідним є використання більш раціональних форм і способів безготівкових розрахунків у даних фінансово-господарських умовах. Специфіка прояву принципів організації безготівкових розрахунків у вітчизняній економіці виражається лише несприятливими кризовими умовами господарювання. Недотримання принципів організації безготівкових розрахунків призводить до кризи всієї системи розрахунків (платіжної кризи). В умовах платіжної кризи розширюється практика застосування такого неринкового способу розрахунків, як бартерні угоди, тобто взаємні товарообміни операції з передачею права власності на товари (натуральний обмін) без грошових розрахунків.

Бартерні операції - це форми натурального заміну взаємних вимог. У сучасній кризовій економіці України на перший план виходить такий спосіб платежу, як - попередня оплата (гроші перераховуються одержувачеві до відвантаження товарів) на відміну від оплати фактично відвантажених товарів і наданих послуг. Спосіб попередньої оплати підкреслює аномальність економічних відносин, що існують у вітчизняній економіці, не дає можливість на ділі оптимізувати економічні інтереси суб'єктів системи безготівкових розрахунків. Порядок попередньої оплати товарно-матеріальних цінностей та послуг застосовується як санкція відносно неплатоспроможних покупців (несправних платників). Нормативними актами (чи договором) передбачаються максимальні терміни від дня отримання оплати (як правило не пізніше 3-х робочих днів), коли продавець (виробник) повинен відвантажити (вивезти, надати) оплачені товари і послуги покупцеві (замовнику). [5, с.756]

Платіжні інструменти, що забезпечують безготівкові платежі на основі паперових носіїв (зокрема такі, як чеки і платіжні доручення), обробляються вручну, або містять символи, що читаються машиною для швидкісної комп'ютерної обробки. Перевагою паперових платежів є той факт, що вони не потребують від ініціатора платежу доступу до комп'ютера і забезпечують фактичне підтвердження платежу. Основний недолік - необхідність фізичної обробки і переказу для забезпечення обміну між банками платника й одержувача.

Згідно із ст.24 Закону України „Про підприємство” розрахунки підприємств по своїх зобов'язаннях проводяться в безготівковому та готівковому порядку через установи банків відповідно до правил здійснення розрахункових та касових операцій, затверджених Національним банком України.

Більшість розрахунків з виконанням зобов'язань здійснюється через установи банків безготівковим шляхом. Розрахунки готівкою між підприємствами, організаціями й установами дозволяється проводити лише тоді, коли суми окремих платежів менші від сум, встановлених банками для безготівкових розрахунків.

При проведенні безготівкових операцій банки здійснюють контроль за дотриманням підприємствами платіжної і договірної дисципліни, допомагають використовувати найбільш доцільні форми розрахунків, прискоренню обігу обігових коштів.

Таким чином, фінансове становище підприємства залежить від рівня ефективності використання тієї чи іншої форми безготівкових розрахунків, що потребує відповідної оцінки стану розрахунків на підприємстві і розробки певних дій. Адже правильна організація безготівкових розрахунків є важливою умовою забезпечення нормального кругообороту коштів у господарстві, зміцнення фінансової і господарської самостійності підприємства і підвищення ефективності виробництва[6].

Висновки

Отже, нормалізація системи безготівкових розрахунків сприятиме становленню нормальних ринкових відносин. Проблема органічного взаємозв'язку системи безготівкових розрахунків в ринковому середовищі, набуває сьогодні особливої актуальності. Для підвищення платоспроможності підприємства доцільно обирати такі прогресивні форми розрахунки, як чеки, векселя акредитиви. Саме ці форми розрахунків знайшли найбільшого застосування в ринкових країнах, бо гарантують повне і своєчасне надходження коштів на рахунок виробника продукції.

В умовах кризи платежів, коли спостерігається загальна неплатоспроможність підприємств, доцільно було використовувати безгрошові способи розрахунків між підприємствами, такі як залік, перерахування боргових зобов'язань, цесія.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Ясишена В.В. Теоретичні аспекти аналізу грошових потоків підприємств//Економічний простір. – 2010. – № 16 – с. 123-131
2. Лень В.С. Гливенко В.В. Бухгалтерський облік в Україні: основи та практика: 3-тє видання – Навч.пос. – К. Центр учбової літератури, 2008. – 608с.
3. Бутинець Ф.Ф. Економічний аналіз. навч. посіб. / Ф.Ф.Бутинець Житомир: ПП Рута, 2007. – 679 с.
4. Бухгалтерський облік в Україні. Від теорії к практики/ За ред. А.М.Коваленко. – Дніпропетровськ: ВКК «Баланс-Клуб», 2006. – 1024с.
5. «Бухгалтерський фінансовий облік» Підручник для студентів за ред.. д.е.н., проф.. Ф.Ф. Бутинця. – 6-тє вид., Житомир:ПП «Рута», 2010.-756с
6. Фінанси підприємств : навч. посіб. / Н. Б. Ярошевич. — К.: Знання, 2012. — 341 с.

Слободянюк Олександр Едуардович – студент групи МОф-13, факультету менеджменту, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: shurka94@ukr.net

Науковий керівник: **Фурик Василь Григорович** – кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансів, Вінницький національний технічний університет м. Вінниця

Alexander E. Slobodianiuk - student MOF-13, Faculty of Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: shurka94@ukr.net

Supervisor: **Vasily G. Furyk**, Candidate of Economic Sciences, professor Department of Finance, Vinnitsa National Technical University. Vinnitsa

ОСОБЛИВОСТІ ІННОВАЦІЙНИХ ЗМІН ПІДГОТОВКИ МЕНЕДЖЕРІВ В УМОВАХ РОЗВИТКУ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Запропоновані заходи, що спрямовані на провадження інноваційних елементів в навчальний процес відповідно до вимог Болонського процесу.

Ключові слова: інновація, Болонський процес, модуль рейтингової оцінки, навчальний план, кредитно-модульна система.

Abstract

The proposed measures aimed at introducing innovative elements of the educational process in accordance with the requirements of the Bologna process.

Key words: innovation, Bologna process, module grade, curriculum, credit modular system.

Вступ

Серед інноваційних процесів і комбінацій, що бурхливо розвиваються і впроваджуються у сфері матеріального виробництва, торгівлі, банківської діяльності все більшого розвитку і поширення набувають інноваційні процеси в освітянській сфері та науці. Це закономірно, адже термін “інновація” означає оновлення (від. лат novatio).

В освітянській галузі інноваційні зміни охоплюють, перш за все, процес підвищення якості підготовки фахівців середньої та вищої ланки. Це – закономірно, адже інноваційний розвиток, що охоплює економіку та соціальну сферу в умовах розвитку місцевого самоврядування, передбачає наявність достатньої кількості висококваліфікованих, відповідаючих сучасним реаліям економічного розвитку фахівців. Це в свою чергу, передбачає впровадження певних змін в організацію навчального процесу та оцінки знань студентів.[1]

Метою роботи є визначення напрямів інноваційної спрямованості навчального процесу у вищій школі, що передбачає впровадження певних заходів.

Результати дослідження

Прискорення розвитку інноваційних процесів в системі підготовки фахівців надав Болонський процес, як процес структурного реформування національних систем вищої освіти країн Європи, зміни освітніх програм та інституційних перетворень у вищих навчальних закладах. Його метою є створення європейського наукового та освітнього простору задля підвищення спроможності випускників вищої школи до працевлаштування, поліпшення мобільності громадян на європейському ринку праці, підняття конкурентоспроможності європейської вищої школи. Учасником Болонського процесу є також і Україна, яка приєдналась до цього процесу, підписавши у 2005 році Болонську декларацію.[2]

Одна із найбільш важливих рис Болонського процесу – баланс між несхожістю і єдністю. Болонський процес – це також і прийняття загальної системи порівнювання вчених ступенів, системи з двома циклами навчання, запровадження системи кредитів (ECTS – European Community Course Credit Transfer System), участь в європейській співпраці щодо забезпечення якості освіти і інше.

Це модулі, бальні оцінки знань студентів, нові вимоги і нова філософія освітньої діяльності. Така система організації навчального процесу і контролю знань студентів передбачає поступову зміну традиційних адміністративних методів на сучасні, успішно впроваджується у вузах Вінницького регіону та Вінницькому національному технічному університеті.

Значна робота проводиться по упорядкуванню навчальних та робочих навчальних планів, відповідно до вимог і форм запропонованих Міністерством освіти і науки, України. Викладачі створили і успішно працюють над впровадженням в навчальний процес нового навчально-методичного комплексу, який охоплює найбільш важливі організаційні складові навчального процесу. Прикладаються зусилля, щоб позбутись того хибного недоліку, який склався за останні роки в частині дроблення курсів. Успішно впроваджена нова система оцінювання знань студентів (100 – бальна шкала). Така система сприяє об'єктивному оцінюванню знань студентів та підвищенню ефективності навчального процесу.

Значна увага приділяється комп'ютеризації навчального процесу, створенню дистанційних курсів.

Разом з цим, реформування традиційних підходів в організації навчального процесу супроводжується виникненням ряду проблем, які є актуальними, потребують свого вирішення і умовно зведені автором у декілька формул. [3]

Перш за все, це проблеми, що складаються за формулою **“викладач – студент”**, які проявляються у розв'язанні труднощів, в частині як належного викладання, так і успішного оволодіння тими чи іншими навчальними дисциплінами. Причин цьому декілька. Зокрема, це непомірна перенасиченість і трудомісткість окремих навчальних програм. Наприклад, в навчальній програмі “Гроші і кредит”, поряд із темами, що забезпечують вивчення основ функціонування грошей і кредиту, введені теми і розділи, що пов'язані із функціонуванням банківської системи, парабанківських установ, валютних відносин, ринку цінних паперів, міжнародних фінансових інституцій тощо. Така ширина охоплення тематикою є невиправданою і призводить до того, що студент не в змозі успішно освоїти курс, через відсутність базових знань з дисциплін, які будуть вивчатись у майбутньому, а викладач не в змозі охопити увесь програмний матеріал в рамках відведеного йому учбового навантаження. Перевантаженими, і такими, що викликають нарікання студентів є дисципліни з вищої математики і інших дисциплін. В підсумку – зниження рейтингу успішності студентів, які добре навчались у середній школі.

Результатом перенасиченості і значної трудомісткості окремих дисциплін є також і виникнення певної частини невстигаючих студентів та інші негативні явища. У зв'язку з цим доречним, на думку автора цієї статті, є надання університетам права корегування навчальних програм. Доцільно змінити також структуру навчальних планів, збільшивши кількість профілюючих дисциплін за рахунок зменшення непрофільюючих, включаючи нормативні та варіативні.

Пропозиції щодо зміни кількості кредитів з тих чи інших дисциплін, впровадження нових і виведення із навчальних планів дисциплін, що втратили своє значення, мають надходити включно із рішень випускових кафедр і затверджуватись рішенням ученої ради і ректором (проректором) вищого навчального закладу.

Проблеми, що складаються за формулою “викладач – студент” визначаються цілим рядом об'єктивних та суб'єктивних чинників, пов'язаних з організацією навчального процесу та діями викладача.

До розряду об'єктивних правомірно віднести ті чинники, які пов'язані із особливостями функціонування вищої освіти на сучасному етапі розвитку суспільства, і які, в кінцевому рахунку, викликані станом розвитку економіки в цілому. Це зокрема: міра фінансування вищої освіти, загальний рівень підготовки професорсько-викладацького складу, матеріальна забезпеченість навчального процесу і викладацького складу, якість управління освітою на макроекономічному рівні тощо.

До розряду суб'єктивних – слід віднести: природні якості викладача як педагога, його вміння ефективно використовувати аудиторний та позааудиторний час, науковий рівень викладання, змістовність викладеного матеріалу, комунікабельність, культуру мовлення, вміння підтримувати зв'язок з аудиторією, користуватись технічними засобами, гуманітарна спрямованість заняття, оцінювання знань студентів і інші.

Особливе значення має об'єктивність оцінки знань. Як, засвідчує практика, на деяких із кафедр нерідко працюють викладачі, у яких кількість незадовільних оцінок за результатами

поточного контролю чи екзаменаційних сесій сягає 50, а нерідко і більше %. В результаті ряд студентів потрапляють в розряд таких, що знаходяться у стані виключення. Залишаються лише ті, хто ціною неймовірних зусиль отримали бажане ``задовільно``. В бесідах такі викладачі звинувачують у всьому студентів (пропуски занять, неувважність на лекціях, не здатність до оволодіння програмним матеріалом, лінивість і ін.).

Однак на запитання, які форми і методи застосовуються в роботі з потенційно невстигаючими студентами, такі викладачі нічого переконливого відповісти не можуть, забуваючи про те, що в індивідуальному навчальному плані кожного викладача мають бути передбачені ті чи інші організаційні форми роботи із студентами (в тому числі із невстигаючими). Закономірно виникає інше запитання: чому "безнадійні" з окремих дисциплін студенти успішно оволодівають іншими дисциплінами?

Проблема "лектор - аудиторія"

Суттєві зміни в економіці та фінансовій сфері, що пов'язані з розвитком інноваційних процесів, розширюють змістовність і міру складності сучасних наук і ставлять викладача (в першу чергу лектора) перед необхідністю більш ціннісного самовизначення, поглиблення і дедалі повнішої деталізації професійних навиків, зростання педагогічної майстерності, посилення гуманітарної спрямованості навчального процесу. У результаті стає дедалі проблематичнішим синтезування і доведення до відома аудиторії необхідної і передбачуваної навчальними програмами інформації. Мабуть, виходячи з цього, не буде помилкою заключити, що традиційна лекція, яку читає висококваліфікований викладач (доцент чи професор), уже не в змозі охопити і розкрити всю ширину і глибину необхідної інформації, і що кожен лектор відчуває постійно зростаючу розбіжність між необхідним для засвоєння програмним і обсягом того матеріалу, яку він в змозі донести до відома аудиторії. Враховуючи той фактор, що студент під час лекції опановує незначну частину інформації, що доводиться до нього в усній формі, стає зрозумілим, чому інтерес студентів до лекцій останнім часом стабільно спадає. Враховуючи це, в багатьох країнах світу, виходячи із Болонській конвенції, передбачено вільне відвідування лекцій. За студентом залишається право вибору: чи відвідувати лекції, чи "озброївшись" посібниками, опанувати більшу кількість інформації самостійно. На думку автора статті, вирішенню проблеми «лекційного часу» певною мірою можуть сприяти нетрадиційні підходи до проведення лекцій, як це практикується в деяких країнах заходу. Зокрема, вбачається доцільними впровадження базових роздаткових матеріалів: роздрукованих чи поданих на електронних носіях опорних конспектів, розроблених лектором і його асистентами за кожною темою курсу і які видаються студентам за кілька днів до проведення лекції. В опорному конспекті обов'язково мають бути викладені основні категорії, вузлові теоретичні положення, сформовані проблемні (невирішені) питання, подана рекомендована література, вивчення якої забезпечить студенту достатньо високий рівень засвоєння теми. Така практика успішно застосовується у вузах США.

Отже, лекція може проводитися у формі співбесіди і носити добровільний характер. Під час лекції викладач виявляє рівень підготовки студентів по тому, якого змісту вони задають йому запитання, що їх цікавлять, і на які вони не знайшли відповіді в ході самостійного опрацювання теми. В ході такої співбесіди викладач може оцінити базові знання студента за кредитно-модульною системою (КМС).

На лекційному занятті доцільно надавати студентам роздатковий матеріал на наступну лекцію і висвітлити основні положення та проблемні питання нової теми, над розв'язанням яких студенти мають працювати самостійно. Організація навчального процесу за такою схемою потребує певних змін, зокрема:

- лекції мають читатись висококваліфікованими викладачами;
- кількість студентів в академічній групі не може перевищувати 12-15 чол., а кількість студентів у складі лекційного потоку може бути збільшена;
- присутність асистента на лекції стає обов'язковою, так як він має брати участь в підготовці та розповсюдженні опорних лекцій, підборі обов'язкової та додаткової літератури, розробці домашніх завдань, проведенні модулів, заліків, іспитів тощо;
- роздаткові опорні матеріали мають бути розроблені викладачем, обговоренні і затвердженні на засіданні кафедри.

Проглядаються деякі переваги запропонованого підходу:

- по-перше, створюються умови для творчого, ініціативного і самостійного підходу студента до опанування програмним матеріалом і, як кінцевий результат, більш якісного і глибокого вивчення курсу. Це значно полегшить засвоєння знань іноземними студентами, які ще не встигли добре оволодіти українською мовою;
- по-друге, створюється можливість впровадження в навчальний процес елементів комп'ютеризації, зокрема, з оцінки знань студентів та застосування дистанційної освіти;
- по-третє, зменшується «горлове» навантаження викладача, що позитивно відобразиться на якості лекції.

В ході навчального процесу вузу все в більшій мірі проявляться проблеми, які безпосередньо не торкаються навчального процесу, однак суттєво впливають на якісь підготовки фахівців. Найбільш суттєвими на сьогодні, на думку автора, є проблема, що виражається за формулою "школа – вуз" - як результат несумісності навчальних планів і програм з дисциплін, які вивчаються в рамках загальноосвітніх (шкільних) програм і продовжують вивчатись та викладатись вузі. Як засвідчує досвід, значна частина студентів першого і другого курсів отримують низькі оцінки з математичних дисциплін (нерідко і незадовільні) не дивлячись на те, що в середній школі вони були відмінниками або ж мали високі оцінки. Твердження про те, що в середніх школах учням завищуються оцінки – не відповідає дійсності, оскільки більша частина невстигаючих у вузах студентів мали високі бали за результатами зовнішнього тестування.

Проблема " вуз – виробництво"

Полягає у наріканні "виробничників" на те, що випускники вузів мають переважно теоретичну підготовку і не готові вирішувати ті чи інші практичні проблеми чи завдання. Важко не погодитись із такими твердженнями. Однак основною причиною такого стану, на думку автора, є та, що підприємства і установи, де проходять практику майбутні фахівці, не надають доступу до первинних документів для аналізу діяльності підприємства чи установи і можливості участі у економічній чи фінансовій роботі. Причина відома – певна частина малих і середніх підприємств працюють в тіні. Закономірно, що керівники таких підприємств ``засекречують`` свої дані. Інша частина підприємств і їх фахівців не бажають мати справу із практикантами, щоб не створювати додаткових "проблем". В цих умовах доцільно забезпечити державне втручання в процес проходження практики студентів-випускників, можливо у формі прийняття окремого закону, що зобов'яже підприємства і установи надавати реальну можливість проходження практики і отримання необхідних навичок.

Висновки

1. Організація навчального процесу відповідно до Болонської конвенції вимагає нових підходів в частині покрeditного викладання дисциплін і контролю знань студентів. Такі підходи передбачають відхід від традиційних методів читання лекцій і впровадження більш сучасних форм.
2. Основний центр зусиль навчальної організаційної роботи має бути перенесений на індивідуальну роботу з кожним студентом. Особлива увага має приділятися студентам, що допускають певні відставання в ході оволодіння тими чи іншими дисциплінами, включаючи проведення додаткових консультацій, випрацювання доступних завдань в ході самої роботи та ін..
3. Переглянути і скорегувати навчальні плани та програми вузів на предмет їх укрупнення та спрощення.
4. Питаннями складання і внесення змін до цих навчальних і робочих планів мають займатись випускові кафедри вузів. Доцільно передати вузам виключне право переліку обов'язкових і варіативних дисциплін.
5. З метою ліквідації певних бар'єрів між загальноосвітніми навчальними планами і програмами, доцільно внести уточнення в такі плани і програми.
6. Потребує законодавчого забезпечення питання обов'язковості надання інформації з боку підприємств і установ студентам-практикантам.
7. Залишається актуальною проблема підвищення матеріальної заінтересованості викладачів в результатах їх праці.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Кремень В.Г. Вища освіта в Україні і Болонський процес: навчальний посібник/ В.Г.Кремень. К.: Освіта, 2004р.,–384с.
2. Спільна декларація міністрів освіти Європи: Болонья, Болонська декларація 19 червня 1999року.- Режим доступу:<http://www.aboiturient.in.ua/>.
- 3.Інноваційна спрямованість навчального процесу при вивченні фінансових дисциплін як основа удосконалення змістовності якості підготовки менеджерів. (В.Г.Фурик За Матеріалами міжнародної науково-практичної конференції ``тенденції управління фінансовими та інноваційними процесами в умовах ринкових перетворень``. 2 березня 2012 року. – м. Вінниця, ВНТУ, 2012. – 409 с.

Фурик Василь Григорович – кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансів, Вінницький національний технічний університет м. Вінниця

Vasily G. Furyk, Candidate of Economic Sciences, professor Department of Finance., Vinnitsa National Technical University. Vinnitsa

РОЗРОБКА МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМ ВАЖЕЛЕМ І РЕНТАБЕЛЬНІСТЮ КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

¹Вінницький національний технічний університет

Анотація

В статті виявлено проблеми розробки механізму управління фінансовим важелем та рентабельністю капіталу підприємства. Визначено чинники ефективного управління можливими ризиками залучення позикового капіталу. Розроблено механізм управління фінансовим важелем і рентабельністю капіталу підприємства.

Ключові слова: капітал, рентабельність, фінансовий леверидж, залучений капітал, ставка кредиту.

Abstract

The main issues of development management mechanism of financial leverage and profitability of capital companies are identified in this article. Factors of effective management of possible risks by attracting debt capital were determined. Mechanism of financial leverage and profitability of capital of the company was designed.

Keywords: capital, profitability, financial leverage, debt capital, rate loan.

Вступ

Стрімкий розвиток ринкових відносин, випереджаючий розвиток технологій стимулює українські підприємства розробляти стратегічні плани господарської діяльності, нарощувати обсяги власного виробництва товарів чи послуг. А найефективнішим способом розширення кордонів власної діяльності є залучення позикового капіталу, яке супроводжується низкою ризиків.

Метою дослідження є розгляд сучасних механізмів управління фінансовим важелем та рентабельністю капіталу підприємства, вміле застосування яких сприятиме нарощуванню ресурсного потенціалу підприємства, підвищенню рентабельності власного капіталу.

Результати дослідження

Вивченню проблем оцінки ризику пов'язаного зі структурою капіталу підприємства приділяли значну увагу Франко Модільяні і Мертон Міллер. Так, ці економісти у своїй статті, що у 1958 році опублікувалася у журналі «American Economic Review», взяли під сумнів прийняту істину, що «фінансова залежність збільшує загальну вартість фірм і призводить до збільшення прибутку на власний капітал». Загальновідомо, що є два види джерел утворення коштів фірми: внутрішні (власний капітал) та зовнішні (залучений капітал). Модільяні і Міллер спрощують цю схему вкрай, вважаючи, що весь власний капітал представлений звичайними акціями, ринкова вартість яких дорівнює P.S, а весь залучений капітал представлений облігаціями, ринкова вартість яких дорівнює D. Тоді ринкова вартість фірми по Модільяні - Міллеру дорівнює сумі P.S та D.

На сучасному етапі дослідженням проблем оцінки ризику структури капіталу займаються такі вчені, як І. Бланк, О. Стоянова, В. Федоров та ін. І. Бланк, О. Стоянова більшою мірою звертають свою увагу на фінансовий ризик, з яким пов'язана ймовірність невиконання підприємством своїх фінансових зобов'язань перед партнерами в результаті використання позикових коштів. Так, дослідники виділяють дві групи фінансових ризиків: фінансово-кредитні та фінансово-інвестиційні.

Оцінка ризику здійснюється виходячи з аналізу ефективності використання коштів підприємства. О. Стоянова рекомендує використовувати такі три основні показники, як ефект фінансового важеля, силу впливу фінансового важеля, силу впливу операційного важеля [1, с.155].

Фінансова стійкість підприємства залежить від ефективного управління фінансовими ресурсами і визначається оптимальною збалансованою структурою активів, оптимальним співвідношенням власних і залучених коштів.

Оцінювання стану фінансової стійкості дозволяє засновникам підприємства, керівництву, діловим партнерам, банкам визначити фінансові можливості підприємства в майбутньому. При цьому керівництво та засновників цікавлять можливості зростання рентабельності підприємства, а саме підвищення рентабельності власного капіталу, так як інвестування капіталу в діяльність будь-якого підприємства має на меті отримання прибутку, його нарощування.

Існує чимало концепцій фінансового менеджменту. Однак фундаментальною являється концепція компромісу між ризиком та доходністю. Зміст цієї концепції полягає в тому, що отримання будь-якого доходу в бізнесі практично завжди пов'язане з ризиком, при чому залежність між ними прямо пропорційна. У той же час можливі і такі ситуації, коли максимізація доходу повинна бути пов'язана з мінімізацією ризику. При цьому важливо пам'ятати, що очікуваний дохід зростає разом із ризиком збитку. Ризик - це певна невизначеність. Низький рівень ризику пов'язаний з низьким рівнем можливої прибутковості, високий рівень ризику - пов'язаний з високою потенційною прибутковістю.

Простішими словами, інвестований капітал може приносити високий дохід тільки у випадку високого ризику збитку. Залучення позикового капіталу сприяє одержанню додаткового прибутку на одиницю власного капіталу і для поповнення бази власного капіталу. Уважно контролюючи співвідношення власного і позикового капіталу менеджери підприємства можуть управляти фінансовим ризиком, при чому на свою користь, якщо уміло керувати цими фінансовими ризиками. Фінансовий ризик є додатковим ризиком, що поширюється на акціонерів як результат рішення підприємства використовувати позиковий капітал чи ні.

Важливо розуміти, що фінансування за рахунок позикового капіталу вигідно для підприємства до певної межі. Підприємство не змогло б отримати такого значного обсягу чистого прибутку на одну акцію, якби залучало капітал створений за рахунок випуску акцій. Проте чим більший позиковий капітал має підприємство в структурі загального капіталу, тим вищим є фінансовий ризик. Адже чим більше підприємство бере в борг, тим більше в нього фіксованих фінансових витрат і тим вища небезпека виникнення неплатоспроможності з приводу покриття власних запозичень.

Кількісне оцінювання ризику та усіх можливих факторів, що зумовлюють його, здійснюється шляхом аналізу чутливості прибутку та змін його величини. Така чутливість прибутку до найменших коливань, спровокованих і непередбачуваних, в економічному середовищі підприємства і називається левериджем, або важелем. Для зручності використовуватимемо надалі поняття леверидж, а не важіль. Даний термін запозичений в американців і широко використовується вітчизняними фінансовими аналітиками. У Великій Британії використовують термін «gearing». В економіці таке саме явище трактує термін «леверидж», що уособлює фактор, незначна зміна якого може призвести до значних змін результативного показника. У фінансовій сфері поняття «леверидж» - це використання постійних операційних та постійних фінансових витрат з метою збільшення прибутковості підприємства. Витрати поділяються на постійні операційні та постійні фінансові, так і леверидж виокремлюють операційний та фінансовий. Обидва типи левериджу включають як ризик банкрутства, так і мінливість отримання прибутку.

Операційний леверидж (operating leverage) утворюється за рахунок використання підприємством постійних операційних витрат. Фінансовий леверидж (financial leverage) виникає у випадку використання підприємством позикових засобів фінансування. Плата за такими позиками вважається постійною, адже дійсно відсотки за користуванням кредиту визначаються конкретними умовами кредитного договору для підприємства. Фінансовий леверидж має місце, коли підприємство залучає позиковий капітал. Таким чином, за рахунок новостворених короткострокових та довгострокових зобов'язань підприємство підвищує ефективність використання власного капіталу.

Операційний леверидж визначається оцінюванням взаємозв'язку між виручкою і прибутком до сплати відсотків та податків. Сила дії операційного левериджу полягає в тому, що будь-яка зміна виручки тягне за собою більш значну зміну прибутку до сплати відсотків та

податків. Це зумовлено тим, що у підприємства наявні операційні постійні витрати, що не змінюються, або майже не змінюються, і які в будь-якому випадку треба буде покривати. І чим більшою загалом буде виручка від реалізації, тим відповідно більше залишатиметься прибутку після покриття постійних операційних витрат.

Наочним прикладом дії операційного левериджу може слугувати наступна ситуація: розглянемо діяльність пов'язану з авіаперевезеннями, там значна частина сукупних витрат є постійними і після досягнення точки беззбитковості кожний додатковий пасажир, по суті, є для авіакомпанії прибутком до сплати відсотків та податків.

Водночас навіть невеликий спад у попиті може призвести до великого спаду у поточних прибутках. Зазвичай фінансовий леверидж застосовують за рішенням керівництва. Від підприємства взагалі не вимагається, щоб воно фінансувало свої інвестиції за допомогою позичкового капіталу.

Існує дві концепції фінансового левериджу: американська та європейська.

За американською концепцією сила дії фінансового левериджу визначається оцінюванням взаємозв'язку між чистим прибутком і величиною прибутку до сплати відсотків і податків.

За європейською концепцією сила дії фінансового левериджу визначається зростанням рентабельності власного капіталу внаслідок залучення позичкового капіталу. Такий спосіб розрахунку широко використовується в країнах континентальної Європи (Франція, Німеччина).

Ефективність фінансового левериджу розраховується за формулою (1) [1, с.157]:

$$E\Phi L = (1 - C_{nn}) \times (KBPa - CBK) \times \frac{3K}{BK}, \quad (1)$$

де $E\Phi L$ – ефект фінансового левериджу, що полягає в прирості коефіцієнта рентабельності власного капіталу;

C_{nn} – ставка податку на прибуток;

$KBPa$ – коефіцієнт валової рентабельності активів, що визначається як відношення валового прибутку до середньої вартості активів;

CBK – середній розмір ставки відсотків за кредит, що сплачується підприємством за використання залученого капіталу;

$3K$ – середня сума залученого (позичкового) капіталу, що використовується підприємством;

BK – середня сума власного капіталу підприємства.

У наведеній формулі розрахунку ефекту фінансового левериджу (важеля) є три складові:

- податковий коректор – це різниця між одиницею та ставкою податку на прибуток ($1 - C_{nn}$). Він показує, якою мірою проявляється ефект фінансового важеля у зв'язку з різним рівнем оподаткування прибутку.

- диференціал фінансового левериджу ($KBPa - CBK$) – характеризує різницю між рентабельністю активів підприємства та середньозваженої розрахункової ставкою відсотка за користування кредитом;

- плече фінансового левериджу ($3K / BK$) – величина залученого (позичкового) капіталу в розрахунку на одну грошову одиницю власного капіталу підприємства.

В умовах інфляції розрахунок ефекту фінансового левериджу пропонується розглядати з коригуванням залежно від темпів інфляції. Якщо сума заборгованості підприємства та відсотків по позиках не індексуються, ефект фінансового важеля збільшується, оскільки обслуговування боргу і сам борг оплачуватимуться тепер знеціненими грошима, формула (2) [1, с.158]:

$$E\Phi L = (1 - C_{nn}) \times \left(\frac{KBPa - CBK}{1 + i} \right) \times \frac{3K}{BK}, \quad (2)$$

де i – характеристика інфляції (інфляційний темп приросту цін), в частках одиниці.

Податковий коректор фінансового левериджу практично не залежить від діяльності підприємства, оскільки ставка податку на прибуток встановлюється на законодавчому рівні.

Виділення цих складових дозволяє цілеспрямовано управляти зміною ефекту фінансового важеля для формування структури капіталу.

Диференціал фінансового левериджу (різницю між рентабельністю активів та ставкою відсотка за кредити) є найвагомішою умовою, що формує позитивний ефект фінансового левериджу. Цей ефект виявляється тільки в тому випадку, якщо рівень валового прибутку, що утворюється активами підприємства, тобто рентабельність активів перевищує середній розмір відсотка за користування кредитними ресурсами. Тобто позитивний ефект фінансового левериджу створюється, якщо величина диференціалу фінансового левериджу набуває позитивного значення. І чим вище позитивне значення диференціалу фінансового левериджу, тим вищим буде його ефект за інших рівних умов.

При негативному значенні диференціалу фінансового левериджу використання підприємством залученого капіталу дає негативний ефект, тобто спричиняє втрати.

Це пов'язано з тим, що і коефіцієнт валової рентабельності активів (КВРА), і середня відсоткова ставка за кредит (СВК) є відносними показниками. Перший показує скільки грошових одиниць валового прибутку генерує кожна гривня активів підприємства. Другий - скільки грошових одиниць виплачується за кожен гривню позикових коштів у формі банківських кредитів. Якщо КВРА більший, ніж СВК – то кредити генерують прибуток на власний капітал; якщо КВРА менше, ніж СВК – то навпаки: використання кредитів приносять збитки на власний капітал.

Коефіцієнт фінансового левериджу є тим важелем, який генерує позитивний або негативний ефект, що отримується за рахунок відповідного значення його диференціала. При позитивному значенні диференціала будь-який приріст коефіцієнта фінансового левериджу буде мультиплікувати ще більший приріст коефіцієнта рентабельності власного капіталу, а при негативному значенні диференціала приріст коефіцієнта фінансового левериджу буде призводити до ще більшого темпу зниження коефіцієнта рентабельності власного капіталу [2, с.120].

Однак необхідно усвідомити глибокий зв'язок між диференціалом і плечем фінансового левериджу (відношення залученого капіталу до власного). У процесі підвищення частки позикового капіталу знижується рівень фінансової стійкості підприємства, що зумовлює збільшення ризику його банкрутства. Це змушує кредиторів збільшувати рівень кредитної ставки. А це збільшує середню розрахункову ставку відсотка, що при незмінному рівні економічної рентабельності активів веде до зменшення диференціала.

При високому значенні плеча фінансового важеля його диференціал може звестися до нуля, і в цьому випадку використання позикового капіталу не дасть приросту рентабельності власного капіталу.

При негативному значенні диференціала рентабельність власного капіталу знизиться, бо частину прибутку, генеровану власним капіталом, доведеться перераховувати на обслуговування кредиту за високими відсотковими ставками.

Отже, залучення додаткового позикового капіталу доцільно лише за умови, що справжній рівень економічної рентабельності підприємства перевищує вартість позикових коштів.

Розрахунки фінансового важеля дають можливість:

- 1) визначити безпечні обсяги позикових коштів;
- 2) розрахувати допустимі умови кредитування;
- 3) спростити податковий тягар підприємства.

Необхідно відзначити, що західні економісти вважають оптимальним значення фінансового левериджу на рівні 30-50%. На їх думку, якщо кредит приносить менше 30% додаткового прибутку, то залучення таких кредитів не є оптимальним рішенням. В той же час при значенні більше 50% - у компанії підвищуються фінансові ризики [3, с.1].

Позиковий капітал залучається інвесторами, власниками підприємств з метою отримання більшої суми коштів, ніж на даний момент вони володіють і вкладають. А підвищення рентабельності власного капіталу може мати місце лише у тому випадку, коли рентабельність активів більше середнього рівня фінансових витрат, які пов'язані із залученням кредитних ресурсів чи інших запозичень.

Говорять, що коли сила дії фінансового левериджу є позитивною, тоді рентабельність активів менше рентабельності власного капіталу, і вартість позикових коштів є низькою.

Якщо сила дії фінансового левериджу негативна, то рентабельність активів більша від рентабельності власного капіталу, і відповідно вартість позикових коштів є високою.

Висновки

Дослідивши і прорахувавши існуючу ситуацію стану активів та пасивів підприємства, керівники і менеджери можуть прийняти ті чи інші рішення щодо доцільності залучення позикового капіталу для одержання додаткового прибутку на одиницю власного капіталу. Уважно контролюючи співвідношення власного і позикового капіталу менеджери чи керівники можуть управляти фінансовим ризиком, діючи на свою користь, звісно ж якщо уміло керувати такими фінансовими ризиками.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Стоянова Е.С. Финансовый менеджмент: теория и практика. [учеб.] / Е.С. Стоянова – М.: Ин-т фин. менеджмента, 2010. – 656 с.
2. Базілінська О.Я. Фінансовий аналіз теорія та практика навч. посіб. [для студ. вищ. навч. закл.] / О.Я. Базілінська – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 328с.
3. Сініцин О. О. Фінансовий леверидж в управлінні структурою капіталу / О. О. Сініцин // Ефективна економіка – 2014. – № 9. – С.1-3.

Ревенко Вероніка Сергіївна — студентка групи МОф-12, факультет менеджменту, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: nika.vesna2012@yandex.ua.

Науковий керівник: **Зянько Віталій Віталійович** – к.е.н., старший викладач кафедри фінансів, факультет менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Revenko Veronica - student group MOF-12, Department of Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: nika.vesna2012@yandex.ua.

Supervisor: Zianko Vitalii - Ph.D. in economics, senior lecturer, department of finance, Faculty of Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, email: vzyanko@gmail.com

ФІНАНСОВІ РЕСУРСИ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ, ЇХ ФОРМУВАННЯ ТА РОЗПОДІЛ

¹ Вінницький національний технічний університет

Анотація

В статті розкрито процес формування місцевих бюджетів в умовах децентралізації фінансових ресурсів. Визначено проблеми та шляхи зміцнення фінансової бази органів місцевого самоврядування. Систематизовано методи розподілу коштів місцевих органів самоврядування та наведено практичні рекомендації по удосконаленню процесу їх формування.

Ключові слова: фінанси, фінансові ресурси, бюджетна децентралізація, місцевий бюджет, бюджетна система, органи місцевого самоврядування.

Abstract

In the article have been opened the local budgeting process in a decentralized funds. Problems and ways of strengthen of financial base of local governments were determined. Methods of allocation of local authorities were systematized; practical recommendations to improve the process of its formation was given.

Keywords: finance, financial resources, fiscal decentralization, local budget, budget system, local governments.

Вступ

Однією із основних проблем формування місцевих бюджетів є забезпечення збалансованого соціально-економічного розвитку регіонів та формування міжбюджетних відносин, з метою підвищення саме рівня фінансової самодостатності шляхом посилення бюджетної децентралізації. Саме тому головним напрямом використання місцевих фінансових ресурсів є фінансове забезпечення соціальної сфери та місцевого господарства.

Метою роботи є систематизація підходів та методів розподілу коштів місцевих органів самоврядування і розробка практичних рекомендацій по удосконаленню процесу їх формування.

Результати дослідження

До складу місцевих фінансових ресурсів входять: місцеві бюджети, фінансові ресурси підприємств, організацій та установ комунальної форми власності. Формування місцевих фінансових ресурсів відбувається з участю централізованих та децентралізованих фондів грошових засобів [1].

Під поняттям бюджетної децентралізації розуміють процес передачі повноважень (функцій, компетентності, відповідальності) від центральних органів влади до місцевих. Іншими словами, це є перерозподіл функцій і повноважень єдиної державної влади між відповідними органами державної влади з одного боку, і органами регіонального (місцевого) самоврядування з іншого боку [2].

Децентралізація бюджетних фінансових ресурсів передбачає:

- зміну системи оподаткування, при якій змінюються питоми надходження на користь місцевих бюджетів;

- зміну трансфертної політики, яка не зможе будуватись на радянському принципі „від кожного по можливостям – кожному по необхідності”;

- надання органами місцевого самоврядування більших повноважень в напрямку розробки та реалізації різноманітних програм соціально – економічного розвитку [3].

Особливості формування доходів місцевих бюджетів полягають у розмежуванні кола повноважень між центральними та місцевими органами влади. Згідно з чинним законодавством сфери діяльності та завдання органів місцевого самоврядування поділяються на власні та делеговані повноваження. З метою виконання власних завдань органи місцевого самоврядування в межах своєї компетенції самостійно визначають мінімальний обсяг фінансових ресурсів.

Як економічна категорія, доходи місцевих бюджетів відображають відносини щодо формування та використання фінансових ресурсів на регіональному рівні, призначених для реалізації функцій місцевих органів влади.

Отож, місцеві бюджети за словами різних авторів трактуються як балансові розрахунки доходів і витрат, які мобілізуються й витрачаються на відповідній території.

Щодо покращення бюджетів органів місцевого самоврядування, то можна здійснити декілька речей:

- підвищити рівень видатків місцевих бюджетів;
- збільшити ресурсну базу місцевих бюджетів;
- посилити інвестиційну складову місцевих бюджетів.

Висновки

Таким чином, для повноцінного дослідження розподілу фінансових ресурсів органів місцевого самоврядування потребує більшої децентралізації, покращення внутрішньо-економічних показників. Також вирішення законодавчих та організаційних проблем призведе до ефективнішого розподілу коштів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Гапонюк М.А. Місцеві фінанси/ М.А. Гапонюк, А.А. Славська[Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrkniga.org.ua/ukrkniga-text/76/6/>
2. Василик О. Д. Бюджетна система України / О. Д. Василик, К. В. Павлюк. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 544 с.
3. Габа І.М. «Децентралізація»- деякі плюси і мінуси / І.М.Габа // РайонІнфо.- 2014.-№1.-С.5.

Глінчук Оксана Олександрівна – студентка групи МОФ-12, факультет менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Науковий керівник: **Зянько Віталій Віталійович** – к.е.н., старший викладач кафедри фінансів, факультет менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Oksana Hlinchuk - Faculty of Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, email: ksenia1994_123@ukr.net

Supervisor: Zianko Vitalii- Ph.D. in economics, senior lecturer, department of finance, Faculty of Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, email: vzyanko@gmail.com

ІННОВАЦІЙНІ ЧИННИКИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНИХ ЕКОНОМІК

¹ Вінницький національний технічний університет

Анотація

Досліджено чинники сталого економічного розвитку, обґрунтовано необхідність і доцільність переходу людства до моделі сталого економічного розвитку, основою якого виступає інноваційна діяльність.

Ключові слова: підприємство, фінансовий стан, горизонтальна інтеграція, вертикальна інтеграція, дебіторська заборгованість, факторинг, форфейтинг.

Abstract

Has been investigated the factors of sustainable economic development. Necessity and feasibility of humanity's transition to a sustainable economic development model, the basis of which acts innovation activity were grounded.

Keywords: economic growth, innovation development model, sustainable economic development, sustainable development.

Вступ

Поступове вичерпання світових запасів природних ресурсів та погіршення екологічної ситуації - найважливіша економічна проблема глобального масштабу, яка спричинює необхідність переходу людства до моделі сталого розвитку. Глобальна, тому, що окремо взята країна з цією проблемою впоратися аж ніяк не в змозі. По-перше, тому що раціоналізація суспільного споживання призведе до зниження сукупного попиту на товари, що зумовить скорочення суспільного виробництва, а отже збільшення безробіття. По-друге, скорочення виробництва сприятиме вивільненню з реального обігу надлишкового капіталу, який шукатиме застосування і перетікатиме у ті сфери і країни, де він зможе принести його власникам найбільший прибуток. Такими країнами будуть ті, які відмовились від концепції сталого економічного розвитку й надалі йдуть шляхом забезпечення стійкого економічного зростання через заохочення сукупного споживання.

Метою статті обґрунтувати необхідність переходу людства до економічної моделі сталого інноваційного розвитку.

Результати дослідження

Г. Дейлі визначає сталий розвиток як гармонійний, збалансований і безконфліктний процес всієї цивілізації [1]. Для того, щоб вивільнені капітали не перекочувувалися у країни і сфери економічної діяльності, де високий прибуток можна отримати екстенсивним шляхом – через залучення у виробничий процес додаткових матеріальних природних ресурсів, капітал передусім економічно розвинених країн світу, а також держав, які прагнуть стати такими, має бути поставлений в умови, при яких у нього не буде альтернативи фінансуванню інноваційної діяльності – як основи сталого економічного розвитку. Уряди всіх країн, виходячи з головного завдання – забезпечення раціонального використання і споживання матеріальних природних ресурсів, мають синхронізувати заходи зі зменшення попиту на ресурсо- та енерговитратні технології, зниження шкідливих промислових викидів в атмосферу, скорочення випуску товарів, що шкодять здоров'ю людей тощо. Натомість, мають заохочувати виробництво інноваційних продуктів і технологій. «Щоб економічний розвиток став сталим процесом, насага до праці та інновації мають доповнюватися відповідним обладнанням» [2, с.98].

Природно, що інвесторам більш ризиковано вкладати власні кошти в інноваційні проекти, у впровадження нових технологій, які забезпечують зменшення шкідливих викидів в атмосферу та є ресурсо- та енергозберігаючими, тому держава мусить сприяти та стимулювати інноваційний розвиток. Окрім того, всі нові блага, технології, обладнання, методи та способи виробництва повинні

перевіритися на інноваційність, виходячи з таких основних вимог до них:

- інновації не повинні наносити шкоди здоров'ю;
- інновації мають сприяти зменшенню забрудненості оточуючого середовища;
- інновації повинні забезпечити економне використання матеріальних природних ресурсів.

Недотримання цих вимог свідчитиме, що насправді пропоновані нові продукти є псевдоінноваціями, яких держава, що впроваджує модель сталого інноваційного розвитку економіки, не буде підтримувати. Ефект від інноваційної діяльності слід оцінювати виходячи з того, яку економію природних ресурсів приносить створена інновація і наскільки зменшиться завдяки неї забруднення оточуючого середовища.

Висновки

Економічний розвиток та підвищення конкурентоспроможності підприємств і товарів не повинні негативно відображатися на довкіллі та здоров'ї людей. Тому всі інституції, а насамперед державна внутрішня і міжнародна політика, мають бути зорієнтовані на підвищення рівня свідомості, подолання людського егоїзму, жадібності й марнотратства, цілеспрямоване зниження споживання природних ресурсів заради збереження довкілля та турботи про краще задоволення потреб майбутніх поколінь. Людство має нарешті усвідомити існуючу обмеженість і вичерпність природних матеріальних ресурсів і те, що раціональне споживання природних ресурсів і бережне ставлення до довкілля – це реальна необхідність, вимога сьогодення задля збереження здоров'я і матеріального добробуту нинішніх і прийдешніх поколінь.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Дейлі Г. Поза зростанням. Економічна теорія сталого розвитку / Г. Дейлі // Пер. з англ.; Інститут сталого розвитку. – К. : Інтелсфера, 2002. – 312 с.
2. Потапенко В. Г. Стратегічні пріоритети безпечного розвитку України на засадах «зеленої економіки»: монографія / В. Г. Потапенко; [за наук. ред. д.е.н., проф. Є. В. Хлобистова]. – К. : НІСД, 2012. – 360 с.

Віталій Володимирович Зянько – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри фінансів, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: fk.zank@gmail.com

Zianko Vitalii, Prof. dr hab., head of the Department of Finance, Vinnytsia national technical university, Vinnytsia, e-mail: fk.zank@gmail.com

РОЛЬ ВЕНЧУРНОГО КАПІТАЛУ У ФОРМУВАННІ НАЦІОНАЛЬНОЇ ІННОВАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ

¹ Вінницький національний технічний університет

Анотація

Розкрито сутність венчурного капіталу та національної інноваційної системи. Виявлено чинники впливу на розвиток венчурного інвестування. Наведено перспективи розвитку венчурного інвестування в умовах національного господарства.

Ключові слова: венчур, венчурне інвестування, венчурний капітал, стимулювання інноваційного розвитку.

Abstract

There has been developed the essence of venture capital and national innovative system. Factors, which influence at the development of venture investment were detected. Prospects of development of venture investment under conditions of the national economy were shown.

Keywords: venture, venture investment, venture capital, stimulation of innovative development.

Вступ

У розвинених країнах стрімко зростає кількість бізнесменів, що стають венчурними капіталістами. З кожним днем все більше людей залучаються до венчурного бізнесу тим чи іншим чином незважаючи не те, що інноваційна діяльність значно більше за інші напрями підприємницької діяльності пов'язана з ризиком, із-за перспективи отримання швидких та легких грошей у відносно короткий час.

Метою дослідження є визначення ролі та перспектив розвитку венчурного капіталу у формуванні національної інноваційної системи.

Результати дослідження

Вибір джерел фінансування різноманітних проектів (здебільшого інноваційних), їх структури та конкретних засобів залучення є найскладнішим завданням для підприємця, адже від цього значною мірою залежить ефективність фінансових показників реалізації проекту.

Для українських підприємців пошук джерел фінансування інноваційних проектів ускладняється ще й нестабільністю нинішньої економічної та політичної ситуації в країні, відсутністю кваліфікованих спеціалістів з управління венчурним капіталом, а також тим, що діяльність венчурних фондів досі залишається не закріпленою законодавчо (немає закону про венчурні фонди).

Дослідженню проблем, пов'язаних з роллю венчурного капіталу у формуванні національної інноваційної системи присвячено чимало праць вітчизняних науковців, серед яких В. О. Зикіна [1], В. С. Білозубенко [2], І. І. Мазур [5] та ін.

Разом з тим, питання відносно визначення ролі та перспектив розвитку венчурного капіталу потребує подальшого дослідження, удосконалення понятійного апарату та систематизації теоретичних і практичних знань.

Сам термін «венчурний капітал» прийнято розуміти як «сукупність фінансових, людських, інтелектуальних ресурсів, які орієнтовані на отримання великих прибутків через стрімке зростання інноваційної компанії, куди вкладаються кошти» [1]. Однак, на думку дослідника, таке визначення венчурного капіталу є дуже широким, розмитим і не містить специфіки поняття «венчурний». Адже не всі фінансові ресурси є ризиковими, так само як не всі людські й інтелектуальні ресурси належать до венчурного капіталу. До венчурного капіталу слід віднести лише ті фінансові ресурси, яким властивий підвищений ступінь ризику.

Під національною інноваційною системою більшість науковців розуміють комплекс взаємозалежних інститутів організаційного і правового характерів, пов'язаних особливою структурою, які забезпечують протікання національного інноваційного процесу, окремі його стадії, а також участь і регулюючу роль держави у сфері інноваційного розвитку [2].

Даний підхід до трактування сутності національної інноваційної системи є дещо звуженим, оскільки акцентує увагу лише на інфраструктурно-забезпечувальній складовій національної інноваційної системи, однак подібне визначення міститься у розпорядженні Кабінету Міністрів України від 17 червня 2009 р. №680р "Про схвалення Концепції розвитку національної інноваційної системи", де зазначається, що національна інноваційна система – це сукупність законодавчих, структурних і функціональних компонентів (інституцій), які задіяні у процесі створення та застосування наукових знань та технологій, визначають правові, економічні, організаційні та соціальні умови інноваційного процесу в межах національних кордонів та забезпечують зростання конкурентоспроможності вітчизняних організацій та підприємств за рахунок підвищення їх інноваційної активності [3].

В ході дослідження ми виявили чинники, які найсуттєвіше впливають на розвиток венчурних фондів в національній економіці, а саме: ефективність державної фінансової політики щодо сприяння розвитку венчурного підприємництва; пільгове оподаткування суб'єктів, які активно займаються інноваційною діяльністю і виробляють конкурентоспроможні товари та послуги; сучасна нормативно-правова база щодо регулювання сфери венчурного підприємництва.

Загалом венчурне інвестування найбільш придатне для підприємств, котрі потребують значних обсягів капіталу на початковій стадії (seed stage) реалізації проекту і які не можуть для цього отримати необхідні кошти від кредитних організацій. Найчастіше це стосується придбання нематеріальних активів, таких як програмне забезпечення (мобільні додатки), чи інших об'єктів інтелектуальної власності, точну вартість яких визначити проблематично чи неможливо.

Для України венчурне інвестування стало можливим після прийняття Закону України «Про інститути спільного інвестування (пайові та корпоративні інвестиційні фонди)» [4]. Нині венчурне інвестування використовуються переважно для оптимізації управління активами фінансово-промислових холдингів та зниження податкового навантаження (звільнення від податку на прибуток). Така ситуація спостерігається через непрозоре й недосконале законодавство, обмежене фінансування та, відповідно, невідповідність інвестування в інновації за таких умов.

З метою підвищення конкурентоспроможності вітчизняного підприємництва українська влада повинна стимулювати інвесторів, які вкладають кошти у наукоємні, високотехнологічні виробництва методами державного регулювання комерціалізації наукових досліджень і розробок [5, с.7].

Висновки

Отже, для стабільного економічного розвитку національної інноваційної системи доцільно створити потужну мережу бізнес-ангелів та венчурних фондів для залучення інвестицій у всі види бізнесу. Розвиток цієї альтернативної форми інвестування допоможе вивести Україну на один рівень розвитку з провідними країнами світу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Зикіна В. О. Формування інноваційної діяльності венчурним капіталом / В. О. Зикіна // Академічний огляд. – 2011. – № 1(34). – С. 44–48. ISSN 2074-5354.
2. Білозубенко В. С. Роль національної інноваційної системи у підтриманні інноваційної активності / В. С. Білозубенко // Вісник Донецького національного університету економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського. Сер. Економічні науки. – 2009. – №4. – С.13-20.
3. Розпорядження Кабінету Міністрів України від 17 червня 2009 р. № 680-р "Про схвалення Концепції розвитку національної інноваційної системи" [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/680-2009-%D1%80>
4. Про інститути спільного інвестування (пайові та корпоративні інвестиційні фонди): Закон України від 15.03.2001 № 2299-III // Відомості Верховної Ради України, 2001, № 21, ст. 103.

5. Мазур І. І. Комерціалізація наукових розробок як фактор конкурентного розвитку підприємництва / І. І. Мазур // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка / Київський національний університет імені Тараса Шевченка. – Київ : ВПЦ "Київський університет". – Вип. 148. – 2013. – С. 5-8.

Зянько Віталій Віталійович – к.е.н., старший викладач кафедри фінансів, факультет менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Zianko Vitalii - Ph.D. in economics, senior lecturer, department of finance, Faculty of Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, email: vzyanko@gmail.com

ПРИБУТКОВІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ЯК РЕЗУЛЬТАТ ЙОГО РОЗВИТКУ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Досліджено поняття прибутковості підприємства як показника ефективності його розвитку.

Ключові слова: прибутковість, фактори впливу, прибуток, ефективність діяльності.

Abstract

The profitability as a indicator of the effectiveness of enterprise's development was studied.

Keywords: profitability, influence, profit, efficiency.

Вступ

Основним показником, який характеризує економічне зростання підприємств, є рівень прибутковості. Від рівня прибутковості діяльності підприємства залежить стан економічного розвитку країни та реалізація її соціально-економічної політики.

Метою роботи є систематизація підходів до розуміння поняття прибутковості підприємства в Україні та дослідження факторів, що впливають на нього.

Результати дослідження

Визначення сутності прибутковості розглядається різними авторами. Антонюк Р. Р. вважає, що під прибутковістю слід розуміти стійке економічне явище, що проявляється як підтверджена здатність підприємства генерувати позитивний фінансовий результат від здійснення як основної так і всієї господарської діяльності, який полягає в перевищенні доходу над здійсненими витратами, в розмірі достатньому для ефективного подальшого функціонування [1].

Огійчук М. Ф., визначає прибутковість як вид ефективності, що характеризує результативність діяльності економічних систем (підприємств, територій, національної економіки). Основною особливістю таких систем є вартісний характер засобів (видатків, витрат) досягнення цілей (результатів), а в деяких випадках і самих цілей (зокрема, одержання прибутку) [2].

З позицій відображення результату діяльності підприємства Кучер Л. Ю., зазначає що між прибутком і прибутковістю є тісний діалектичний взаємозв'язок: прибуток – виступає показником для відображення економічного ефекту у абсолютних показниках, а прибутковість – економічної ефективності діяльності суб'єкта господарювання [3].

Осипова Т. В. вважає, що основою прибутковості є сам прибуток, який у цілому і визначає результат фінансово-господарської діяльності підприємств як суб'єктів господарювання. Тому прибуток відбиває її результати і зазнає впливу багатьох чинників. Є особливості у формуванні прибутку підприємств залежно від сфери їхньої діяльності, галузі господарства, форми власності, розвитку ринкових відносин [4].

Рентабельність як показник дає уявлення про достатність чи недостатність прибутку порівняно з іншими окремими величинами, що впливають на виробництво, реалізацію і взагалі на фінансово-господарську діяльність підприємства [5]. Показник рентабельності показує, скільки копійок прибутку одержує підприємство у розрахунку на одну гривню витрат (вкладених активів, ресурсів) його господарської діяльності.

Прибутковість підприємства підтверджує досягнену ним, високого рівня економічну ефективність, відображаючи дійсні результати, та можливість до самофінансування, розширеного відтворення та розвитку загалом. Виходячи з цього твердження, прибутковість підприємства оцінюється з позиції таких взаємопов'язаних параметрів: розмірності, якості, потенціалу. Виділення параметрів прибутковості дозволяє комплексно оцінити прибутковість, провести рейтингову оцінку підприємств та визначити найперспективніші.

Висновки

Прибутковість підприємств виступає головним показником, який одночасно відображує результати фінансово-господарської діяльності та забезпечує ідентифікацію напрямів і резервів її підвищення у динаміці. Поняття прибутковості різні автор трактують по-різному, але

проаналізувавши різні публікації, можна зробити висновок, що прибутковість – це показник економічної ефективності діяльності підприємства, за який визначає можливість подальшого продуктивного та ефективного функціонування.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Антонюк Р. Р. Прибутковість сільськогосподарських підприємств: природа категорії / Р. Р. Антонюк // Вісник – 2013.- №126
2. Огійчук М. Ф. Суть прибутку та підходи до методики його визначення / М. Ф. Огійчук // Економіка АПК. – 2009. – № 6. – С. 31–45.
3. Кучер Л.Ю. Науково-теоретичні підходи до інтерпретації дефініції «прибутковість» [Електронний ресурс] / Л.Ю. Кучер. Режим доступу до джерела: http://khntusg.com.ua/files/sbornik/vestnik_99/06.pdf
4. Осипова Т. В. Теоретичні аспекти трактування прибутковості в сучасних умовах господарювання / Т. В. Осипова // ХНЕУ – 2012 – № 1. - С. 82-84
5. Зянько В.В. Фінансовий аналіз та звітність: практикум / В.В. Зянько, І.Ю. Єпіфанова. – Вінницький національний технічний ун-т. – Вінниця : ВНТУ, 2008. – 83с.

Гуменюк Вікторія Сергіївна – студентка групи МОф-126, факультет менеджменту, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: vikycik.hymenyuk@mail.ru

Науковий керівник: **Єпіфанова Ірина Юріївна** - кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри фінансів, Вінницький національний технічний університет, Вінниця.

Viktoriia S. Humeniuk – Department Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, email : vikycik.hymenyuk@mail.ru

Supervisor **Iryna Yu. Yepifanova** – PhD in Economics, Associate Professor, Department of Finance, Vinnytsia National Technical University

В.В. Постернак¹

СУТНІСТЬ ТА РОЛЬ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВА

¹Вінницький національний технічний університет

Анотація

Розглянуто сутність та роль фінансових ресурсів на підприємстві. Здійснено уточнення соціально-економічної сутності фінансових ресурсів підприємств, наведена їх класифікація за відповідними ознаками та визначено особливості формування фінансових ресурсів на підприємстві.

Ключові слова: фінансові ресурси, власні та залучені кошти, підприємство, управління.

Abstract

The essence and role of financial resources in the enterprise. Done clarify the social and economic nature of the financial resources of enterprises, given their classification under the relevant characteristics and peculiarities of financial resources in the enterprise.

Keywords: financial resources, own and borrowed funds, venture

Вступ

Доволі стрімкий розвиток кризових явищ в економіці України зумовлює необхідність дослідження проблем фінансування суб'єктів господарювання, а також, ефективності використання фінансових ресурсів як основи фінансового забезпечення господарської діяльності підприємств.

Проблеми управління фінансовими ресурсами активно вивчали такі українські вчені як В. Боронос [1], О. Василик [2], В. Вовк [3], В. Опарін [8], Н. Пройда-Носик [9], та ін. В їхніх

наукових працях систематизовано теоретико-методологічні положення щодо визначення категорії «фінансові ресурси», досліджено їх види і джерела утворення. Водночас, оцінювання ефективності використання фінансових ресурсів підприємства, як на наш погляд, все ще потребує наукового обґрунтування з цілої низки аспектів.

Метою даного дослідження є аналіз існуючих підходів щодо оцінки ефективності використання фінансових ресурсів і показників, які визначають рівень такої ефективності.

Результати дослідження

Згідно з визначенням, яке було запропоновано Л. Меренковою [5]: «Фінансові ресурси – це грошові доходи і надходження з власних та позикових джерел, які формуються у процесі розподілу і перерозподілу валового внутрішнього продукту і національного доходу, знаходяться в розпорядженні підприємства у фондovій і не фондovій формах, призначені для забезпечення безперервності розширеного відтворення і задоволення соціальних потреб та відбиваються в звітності підприємства як власний капітал і зобов'язання».

Однією з найважливіших задач фінансового менеджменту є ефективне управління фінансовими ресурсами. Попередньою процедурою для прийняття будь-якого рішення є аналіз, саме тому актуальним питанням постає дослідження методів аналізу фінансових ресурсів, один з напрямків яких є аналіз ефективності використання фінансових ресурсів.

Існують різні підходи до визначення ефективності використання фінансових ресурсів. У наукових працях таких авторів, як В. Боронос [1], В. Вовк [3], С. Комаринець [4] зазначається, що ефективність використання фінансових ресурсів залежить від структури капіталу, рівня її гнучкості та обґрунтовується недоцільність підрахунку коефіцієнтів, які близькими або однотипні за економічним змістом. Для визначення структури капіталу окремого підприємства

достатньо обчислити коефіцієнти фінансової незалежності, концентрації позикового капіталу та співвідношення позикового і власного капіталу.

У наукових працях Г. Міокової [6] та О. Непочатенко [7] розглядається правило вертикальної структури капіталу, відповідно до якого вважається що результати аналізу структури капіталу використовуються під час прийняття рішень щодо фінансування, зокрема при оцінюванні інвестиційної привабливості, кредитоспроможності, санаційної спроможності можна застосувати розрахунок таких коефіцієнтів: коефіцієнт автономії, коефіцієнт фінансової незалежності, коефіцієнт фінансової залежності, коефіцієнт концентрації позикового капіталу, коефіцієнт заборгованості.

Висновки

Таким чином, підсумовуючи вищезазначене, можна зробити висновок, що сутність, роль та використання фінансових ресурсів є предметом дослідження і відкритим питанням для багатьох науковців. Для того щоб визначення ефективності використання фінансових ресурсів було більш результативним, необхідно запровадити таку систему критеріїв та їх нормативних значень, яка б допомагала найбільш точно оцінити ефективність використання наявних фінансових ресурсів на підприємстві і яка була б зрозумілою, аргументованою та враховувала вид економічної діяльності суб'єкта господарювання.

Список використаних джерел

1. Боронос В. В. Проблеми оптимізації фінансових ресурсів машинобудівних підприємств / В. В. Боронос, І. В. Карпенко // Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія «Фінанси і кредит». – 2009. – №2. – С. 7-14.

2. Василик О. Д. Теорія фінансів : [підручник] / Василик О.Д. – К.: НІОС, 2001. – 416 с.
3. Вовк В. М. Методика та організація аналізу формування і використання фінансових ресурсів підприємства/ В. М. Вовк, Автореферат дис. на здоб. наук. ступ. канд. екон. наук. – Т., 2004:[Електр.рес.]. – Режим доступу:http://librar.org.ua/sections_load.php.
4. Комаринець С. О. Фінансова гнучкість підприємства в умовах невизначеності середовища / С. О. Комаринець // Вісник Національного університету "Львівська політехніка". Менеджмент та підприємство в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. – 2007. – С. 186 – 606.
5. Меренкова Л. О. Сучасні підходи щодо визначення сутності фінансових ресурсів підприємства в ринковій кономіці/ Л. О. Меренкова, Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2010. - № 29. – С. 344 - 347.
6. Міокова Г. І. Управління залученням запозичень суб'єктами господарювання/ Г. І. Міокова: [Електр.рес.]. – Режим доступу: http://www.kntu.kr.ua/doc/zbir_12.pdf
7. Непочатенко О. О. Методичні проблеми оцінки платоспроможності підприємств / О. О. Непочатенко, О. А. Непочатенко // Науковий вісник Буковинської державної фінансової академії. – 2010. – №1(18). – С. 18-22.
8. Опарін В. Фінансові ресурси: проблеми визначення та розміщення / В. Опарін // Вісник НБУ. – 2000. – № 5. – С. 10 – 11.
9. Пройда-Носик Н.Н. Фінансові ресурси підприємства / Н.Н. Пройда-Носик, С.С. Грабарчук // Фінанси України – 2003. – №1.– С. 96-103.

Постернак Валентина Валеріївна - студентка групи МОф-15м, факультет менеджменту, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: valya.posternak@mail.ru;

Науковий керівник: **Зянько Віталій Володимирович** – д.е.н., професор кафедри фінансів, Вінницький національний технічний університет.

Valentina V. Pasternak - a student of languages, 15m, Faculty of Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: valya.posternak@mail.ru;

Supervisor: Zianko Vitaliiv V. - Doctor of Economics, Professor of Finance, Vinnytsia National Technical University.

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ КАПІТАЛОМ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

¹Вінницький національний технічний університет

Анотація

Досліджено сутність та роль капіталу в економічному розвитку промислових підприємств. Визначено основні засади управління капіталом промислових підприємств у сучасних умовах господарювання.

Ключові слова: капітал, структура капіталу, управління капіталом підприємства, промислові підприємства.

Abstract

The essence and role of capital in the economic development industry. The basic principles of money management industry in the current economic conditions.

Keywords: capital, capital structure, capital management enterprises, industrial enterprises.

Вступ

На сучасному етапі розвитку економіки України однією з найбільших та уразливих її галузей є промисловість. На діяльність промислових підприємств негативно впливають такі фактори, як відсутність реальних інвестицій, високий знос основних засобів, недосконала податкова політика ті інше. Для підтримки стійкого фінансового стану і платоспроможності промислових підприємств, поряд з подоланням перерахованих факторів, необхідно приділяти більше уваги питанням фінансового менеджменту в сфері управління капіталом промислового підприємства.

Вагомий науковий внесок у дослідження питань, пов'язаних з управлінням капіталом підприємств, здійснили класики та неокласики світової економічної думки: А. Сміт, Т. Мальтус, К. Маркс, А. Маршалл, Дж. Кларк, І. Фішер, а також провідні вітчизняні та зарубіжні вчені сучасності: І. Балабанов, Ю. Воробйов, В. Ковальов та І. Бланк та інші. Однак ці питання потребують подальшого дослідження та систематизації.

Метою статті є визначення підходів до управління капіталом промислових підприємств на основі характеристики його складових елементів.

Результати дослідження

У діяльності будь-якого підприємства важливу роль відіграє вирішення проблеми забезпечення його функціонування необхідним обсягом капіталу, що є запорукою ефективної діяльності підприємства й отримання ефективного фінансового результату.

Досягти цього можна тільки за умови ефективного управління капіталом підприємства. Найважливіший із внутрішніх чинників підвищення ефективності кругообігу капіталу є узгодженість взаємодії складових, що утворюють саме його структуру. Адже саме взаємодія складових капіталу підприємства забезпечується сферою управління, то й узгодженість їх функціонування має бути врахована у процесі управління.

Значення поняття «капітал» підкреслюється змістовним визначенням цього поняття, яке походить від латинського слова «capitalis» [2] і значить головний, основний, ґрунтовний, дуже важливий.

Капітал посідає головне місце в системі розподілу і перерозподілу, а також споживання матеріальних благ, тому що саме йому належить ця функція. Капітал у процесі свого функціонування забезпечує інтереси як держави так і власників та персоналу, що характеризує загальну вартість засобів у грошовій, матеріальній і нематеріальній формах, які інвестуються у формування його активів.

Управління капіталом – це система методів та принципів реалізації і розробки управлінських рішень, пов'язаних з оптимальним його формуванням з різноманітних джерел, а також забезпеченням ефективного його використання у господарській діяльності підприємства [3].

Управління капіталом підприємства направлене саме для вирішення таких завдань [4]:

- формування достатнього обсягу капіталу, що забезпечить необхідні темпи економічного та фінансового розвитку підприємства;
- оптимізація розподілу сформованого капіталу за напрямками використання та видами діяльності;
- забезпечення умов досягнення максимального доходу капіталу при запланованому рівні фінансового ризику;
- забезпечення мінімізації фінансового ризику, пов'язаного з використанням капіталу, при запланованому рівні його доходності;
- забезпечення постійної фінансової рівноваги підприємства;
- забезпечення достатнього рівня фінансового контролю над підприємством з боку саме його засновників;
- забезпечення фінансової гнучкості підприємства;
- оптимізація обороту капіталу;
- забезпечення своєчасного реінвестування капіталу.

У ринкових умовах особливе місце займають економічні методи управління капіталом. Економічними методами управління називають сукупність засобів та інструментів, які впливають на створення умов для функціонування й розвитку підприємства.

Структура механізму управління капіталом підприємства включає в себе такі елементи:

- ринковий механізм регулювання діяльності підприємства з використання самого капіталу;
- внутрішній механізм регулювання аспектів використання капіталу підприємства;
- систему конкретних економічних методів і прийомів здійснення управління з використання капіталу підприємства;
- державне нормативно-правове регулювання діяльності підприємства з використання капіталу [5].

Введення механізму управління капіталом підприємства супроводжується посиленням ролі стратегічного підходу.

На початковій стадії, коли тільки формується капітал, на підприємстві переважає оперативне та тактичне управління. Це означає, що фінансово-економічний потенціал зосереджений у першу чергу на вирішенні завдань підтримки показників платоспроможності і ліквідності. А саме – у міру розвитку підприємство виходить з тих чи інших кризових ситуацій у своїй діяльності, капітал підприємства збільшується за рахунок поліпшення показників ділової активності та рентабельності.

Аналіз застосовуваних на промислових підприємствах методів управління капіталом показав, що у більшості застосовуються формалізовані методи прогнозування (статистичні та структурні) і майже не використовуються неформальні методи управління.

Неформальні методи ґрунтуються більш на аналітичних особливостях осіб, що ухвалюють управлінські рішення [6]. Тобто це так звані логічні прийоми і

методики вибору оптимальних рішень керівником шляхом теоретичного порівняння альтернатив з урахуванням накопиченого досвіду.

Результатом управління капіталом має бути розроблена підприємством система показників стану і використання капіталу, наприклад: співвідношення власного, позиченого і залученого капіталу, норматив власного оборотного капіталу та інші.

Для ефективного управління капіталом промислового підприємства його керівництву слід виробляти політику щодо використання та формування кожного з компонентів власного капіталу; використовувати можливості фондового ринку при здійсненні операцій з власними акціями та при випуску облігацій; проводити ефективну політику залучення коштів з позикових джерел; розробляти дивідендну політику, спрямовану на підтримку добробуту акціонерів [7].

Досягнення ефективності управління капіталом реалізується через визначення оптимальних цілей, стратегій управління, розробку низки заходів, визначення відповідальних структур та менеджерів, які забезпечують досягнення цілей та стратегії. Сучасне вітчизняне підприємство не може ефективно діяти без обґрунтування програми довгострокових дій. Управління формуванням капіталу стає об'єктивною необхідністю, що обумовлює стратегію майбутньої діяльності підприємств.

Слід зазначити, що для більшості українських промислових підприємств притаманне використання корпоративної структури управління, адже для них характерні такі форми власності, як акціонерне товариство та товариство з обмеженою відповідальністю.

Отже, ефективність діяльності підприємств великою мірою залежить від рівня розвитку та вдосконалення системи управління капіталом. Адже капітална підприємстві займає важливе місце та завжди є необхідним атрибутом його діяльності – від моменту створення до його ліквідації або реорганізації [8].

Механізм управління капіталом підприємства передбачає:

- постановку цілей і завдань управління капіталом;
- удосконалення методики аналізу ефективності використання усіх видів капіталу;
- розроблення та аналіз напрямків оптимізації процесу управління капіталом;
- розроблення методики оперативного управління високоліквідними обіговими активами;
- розроблення загальної стратегії управління капіталом;
- використання у процесі управління економічних методів і моделей [9].

Технологія методології управління капіталом повинна базуватися на науково обґрунтованих принципах і правилах поведінки, які виражають динамічність і сприйнятливість до змінних умов, спланованих результатів господарської діяльності та інтегрованість зі спільною системою управління підприємством.

Таким чином, кожне підприємство повинне обирати найбільш прийнятну для нього модель управління капіталом з врахуванням чинного законодавства та конкретних умов діяльності.

Висновки

Управління капіталом належить відігравати дуже важливу роль на будь-якому підприємстві, а особливо на промисловому, так як обсяг, структура і вартість його капіталу суттєво впливають на основні показники фінансової діяльності.

Ефективне функціонування підприємства в ринкових умовах залежить від ефективності обраної ним системи управління типом та структурою капіталу, яка передбачає застосування сучасних економічних моделей і методів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Ватченко, О. Б. Управління капіталом підприємства / О. Б. Ватченко, І. Б. Тахмазова // Економічний простір. – 2011. – № 50. – С. 193–200.
2. Ковальов В. В. Фінансовий аналіз : [навч. посіб.] / В. В. Ковальов. – М.: Фінанси і статистика, 2014. – 485 с.
3. Бланк І.А. Управління формування капіталу. І.А. Бланк— К.: Знання, 2012. — 318 с.
4. Чмутова І. М. Принципи управління капіталом підприємства / І. М. Чмутова, О. В. Лебідь // Теорії мікро-макроекономіки. Збірник наукових праць. – К.: Видавничо-поліграфічний центр, 2013. – Вип. 25. – С. 168 – 173.
5. Крамаренко Г.О. Фінансовий менеджмент. Підручник./– Г.О. Крамаренко.- Київ: Центр уч-бової літератури, 2011. – 520 с.
6. Викиданець І. В. Методи оптимізації структури капіталу підприємства / І. В. Викиданець // Вісник Дон-НУЕТ. – 2014. – № 3(43). – с. 208–215.
7. Шпак Н.З. Система управління капіталом підприємства / Н.З. Шпак, О.М. Рудницька // Науковий вісник НЛТУ України. — 2010. — №10. — С. 257-261.
8. Юшко С.В. Критичний аналіз економічної сутності поняття «капітал підприємства» / С.В. Юшко, А.А. Лугова // Вісник економіки, транспорту і промисловості. – 2011. – № 36. – С.234-238.
9. Мних Є.В. Фінансовий аналіз : підручник / Є.В. Мних, Н.С. Барабаш. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2014. – 536 с.

Ірина Василівна Оріх — студентка групи МОф-15м, факультет менеджмент організації, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: iraorih@ukr.net

Науковий керівник: **Зянько Віталій Володимирович** – доктор економічних наук, професор, відмінник освіти України, завідувач кафедри фінансів Вінницького національного технічного університету.

Iryna V. Orih – student of MOF-15m, Faculty of Management, VinnytsiaNationalTechnicalUniversity, Vinnytsia, e-mail: iraorih@ukr.net

Supervisor: **Vitaliy V. Zianko** – Doctor of Economics, professor, Excellent Education of Ukraine, Head of FinanceVinnytsiaNationalTechnicalUniversity.

АНАЛІЗ СТАНУ ТА ШЛЯХИ ПОКРАЩЕННЯ ВИКОРИСТАННЯ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ПІДПРИЄМСТВА

¹Вінницький національний технічний університет

Анотація

Розглянуто теоретичні основи аналізу ефективності використання основних засобів підприємства. Проаналізовано основні показники фінансово-господарської діяльності підприємства. Запропоновано шляхи підвищення ефективності використання основних засобів на підприємстві.

Ключові слова: амортизація, ефективність, знос, основні засоби, рентабельність, фондовіддача, фондомісткість.

Abstract

The theoretical basis of analysis of the efficiency of fixed assets of the company. The basic indicators of financial and economic activities. Ways of improving the efficiency of fixed assets in the enterprise.

Keywords: amortization, efficiency, depreciation, fixed assets, profitability, capital productivity, capital intensity.

Вступ

Основні засоби як головний елемент матеріально-технічної бази підприємства повинні використовуватися раціонально й ефективно, що багато в чому залежить від своєчасності одержання надійної і якомога повнішої аналітичної та обліково-економічної інформації. У цьому зв'язку зростає роль об'єктивного і достовірного аналізу ефективності використання підприємством основних засобів, аби на цій основі можна було запропонувати шляхи вдосконалення управління ними.

Значний внесок у розробку теоретичних основ, використання основних засобів та управління ними внесли такі вчені-економісти, як Васильок Л.І., Герун М. І., Підлісецький Г. М. Поддєрьогін А. М., Яшан Ю.В, Гетьман О.О., Шаповал В.М. та ін. Отримані ними результати теоретичних і практичних розробок мають велике значення для розвитку та удосконалення вітчизняної теорії аналізу основних засобів.

Метою роботи є обґрунтування шляхів покращення використання основних засобів підприємства, що впливають з аналізу основних показників його фінансово-господарської діяльності.

Результати дослідження

З погляду економічної категорії, основні засоби – це частина постійного виробничого капіталу, яка виступає у формі засобів праці та поступово, протягом багатьох виробничих циклів, переносить свою вартість на виготовлений продукт [1].

Економічні процеси ефективного використання та відтворення основних засобів потребують застосування різних методик сучасного економічного і статистичного аналізу:

- абстрактно-логічного (при здійсненні теоретичних узагальнень, розробці моделей економічного механізму ефективності використання основних засобів);
- статистико-економічного;
- розрахунково-конструктивного;
- графічного (при зображенні взаємозв'язків та розвитку окремих процесів та інструментів економічного механізму ефективності використання і відновлення основних засобів);
- економіко-математичного з використанням ПЕОМ і програми Microsoft Excel;
- експериментального [2].

Методика аналізу ефективності використання основних засобів, їх експлуатації та оновлення має враховувати ряд положень, а саме те, що:

- функціональна корисність основних засобів зберігається протягом ряду років, тому витрати по їхньому придбанню й експлуатації розподілені в часі;

- момент фізичної заміни (відновлення) основних засобів не збігається з моментом їхнього вартісного заміщення, у результаті чого можуть виникнути втрати і збитки, що занижують фінансові результати діяльності підприємства;

- ефективність використання основних засобів оцінюється по-різному в залежності від їхнього виду, приналежності, характеру участі у виробничому процесі, а також призначення.

Для забезпечення відтворення основних виробничих засобів важливе значення має вивчення їхнього стану та використання, що є важливим фактором підвищення ефективної діяльності підприємства.

Показники стану й ефективності використання основних засобів можна об'єднати в три групи, які характеризують :

- 1) забезпечення підприємства основними засобами;

- 2) стан основних засобів;

- 3) ефективність використання основних засобів.

До показників, які характеризують забезпеченість підприємства основними засобами, належать: фондомісткість, фондоозброєність, коефіцієнт реальної вартості основних виробничих засобів у майні підприємства [3].

Фондомісткість є величиною зворотною до фондовіддачі. Цей показник дає можливість визначити вартість основних засобів на одну гривню виробленої продукції і характеризує забезпеченість підприємства основними засобами. За нормальних умов фондовіддача повинна мати тенденцію до збільшення, а фондомісткість – до зменшення.

Забезпеченість підприємства основними виробничими засобами визначається рівнем фондоозброєності праці. Останню розраховують як відношення вартості основних виробничих засобів до чисельності працівників підприємства. Збільшення рівня фондоозброєності є позитивним фактором. Коефіцієнт реальної вартості основних виробничих засобів у майні підприємства визначається як відношення вартості основних виробничих засобів (за вирахуванням суми їхнього зносу) до вартості майна підприємства.

Якщо коефіцієнт реальної вартості основних виробничих засобів у майні підприємства сягає критичної позначки (0,2 - 0,3), то реальний виробничий потенціал підприємства буде низьким і треба терміново шукати кошти для виправлення становища.

До показників, які характеризують ефективність використання основних засобів, належать: фондовіддача, рентабельність основних засобів, сума прибутку на одну гривню основних засобів. Найбільш загальним показником, який характеризує ефективність використання основних засобів, є фондовіддача.

Стан основних виробничих засобів характеризують через такі коефіцієнти: зносу основних засобів; придатності; оновлення; вибуття (приросту) основних засобів [4].

До узагальнюючих показників ефективності використання основних засобів відносять фондовіддачу і рентабельності основних засобів, які дозволяють оцінити дві сторони економічної ефективності їх використання — кількісну і якісну. Однак кожен з них може підвищуватися або знижуватися на підприємстві за один і той же проміжок часу. Тому в процесі порівняльної оцінки ефективності використання основних засобів двох і більше підприємств або періодів виникають труднощі, адже окремі підприємства при достатньо високих показниках фондовіддачі мають низькі показники рентабельності і навпаки. Усунути цей недолік дає можливість розрахунок інтегральних показників.

Підвищення ефективності використання основних засобів на підприємстві можливе різними шляхами, зокрема:

- 1) шляхом технічного вдосконалення засобів праці, яке передбачає:

- технічне переозброєння на базі комплексної автоматизації та впровадження гнучких виробничих систем;

- заміну застарілої техніки, модернізацію обладнання;

- механізацію допоміжних та обслуговуючих виробництв;

- розвиток винахідництва та раціоналізаторства.

- 2) через збільшення тривалості роботи машин та обладнання за рахунок:
- ліквідації незадіяного обладнання (здавання його в оренду, лізинг, реалізація тощо);
 - скорочення строків ремонту обладнання;
 - зниження простоїв: цілозмісних та всередині змін.
- 3) шляхом покращення організації та управління виробництвом, а саме:
- прискорення досягнення проектної продуктивності введених в експлуатацію основних фондів;
 - впровадження наукової організації праці та виробництва;
 - покращення забезпечення матеріально-технічними ресурсами;
 - вдосконалення управління виробництвом на базі сучасної комп'ютерної техніки;
 - розвиток матеріальної зацікавленості працівників, що сприяє підвищенню ефективності виробництва [5].

Висновки

Основні засоби — це частина постійного виробничого капіталу, яка виступає у формі засобів праці та поступово, протягом багатьох виробничих циклів, переносить свою вартість на виготовлений продукт. Необхідною умовою раціональної організації обліку основних засобів є їх класифікація. — визначення різних груп основних засобів та їх об'єднання за спільними функціями у виробничому процесі. Це, зокрема, має домінуюче значення для організації бухгалтерського обліку. Щоб використання основних засобів було справді економічно вигідним та ефективним, необхідно стежити за його технічним станом; залучати фахівців при проведенні складних ремонтів; вивчати ринки виробництва; залучати спеціалістів маркетингового відділу; підвищувати рівень спеціалізації виробництва; усувати простої; модернізувати устаткування; поліпшувати склад, структуру й стан основних засобів; удосконалювати планування, управління й організацію праці та виробництва.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Маркс К. Капитал. Критика политической экономии [Пер. И.И. Скворцова-Степанова]. — Т.2. — М.: Политиздат. — 1974. — 648 с.
2. Васильок Л.І. Основні засоби сільськогосподарського призначення: потреба та забезпеченість / Л.І. Васильок, М. І. Герун, Г. М. Підлісецький та ін.. — К.: ННЦ "ІАЕ", 2009. — 98 с.
3. Гетьман О.О. Економіка підприємства: навч. посібник для студентів вищих навчальних закладів. / Гетьман О.О., Шаповал В.М. — К.: Центр навчальної літератури, 2006. — 488 с.
4. Поддєрьогін А. М. Фінанси підприємств: Підручник / А. М. Поддєрьогін. 3-тє вид., перероб. та доп. - К.: КНЕУ, 2005. - 460 с.
5. Яшан Ю.В. Напрямки підвищення ефективності відтворення і використання основних засобів [Електронний ресурс]. — Режим доступу: [http://www.kntu.kr.ua/doc/zb_22\(2\)_ekon/stat_20_1/66.pdf](http://www.kntu.kr.ua/doc/zb_22(2)_ekon/stat_20_1/66.pdf)

Волоська Наталія Романівна — студентка групи МОФ-15м, факультет менеджменту, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: natali150894v@gmail.com

Науковий керівник: **Зянько Віталій Володимирович** — доктор економічних наук, професор, відмінник освіти України, завідувач кафедри фінансів Вінницького національного технічного університету, м.Вінниця.

Voloska Natalia R. - Faculty of management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, email: natali150894v@gmail.com.

Supervisor: **Zianko Vitalii V.** - Doctor of Economics, professor, Excellent Education of Ukraine, Head of Finance Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.

УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ ПІД ЧАС КРИЗИ

Вінницький Національний Технічний Університет

Анотація

В статті розглянуті та узагальнені методичні принципи та методи щодо управління підприємством під час кризи. Досліджуються питання щодо сучасних методик оптимального управління підприємством.

Ключові слова: підприємство; управління персоналом; криза; антикризове управління; структура; методи.

Annotation

In the article we considered principles and methods of management enterprise during the crisis. Considered question about modern optimal methods of enterprise management.

Keywords: enterprise; management personnel; crisis; crisis management; structure; methods.

Вступ

В сучасних умовах підприємствам дуже складно планувати і здійснювати свою діяльність у довгостроковій перспективі. Тому особливої актуальності, в умовах спаду економічного зростання, набув процес розробки та використання ефективних методів і форм здійснення антикризового управління підприємством. Негативний вплив тенденцій світової економіки на підприємства викликав потребу в проведенні аналізу ефективності процесу управління підприємством, а саме антикризового управління підприємством і вибору найбільш ефективних форм його здійснення[1].

Актуальність антикризового управління для вітчизняних підприємств вимагає не тільки формування чіткої термінології, але й методології, за допомогою якої можна визначити, які саме методи з арсеналу антикризового управління будуть потрібні конкретному підприємству. Дана проблема зумовлює проведення економічних експериментів щодо формування та вдосконалення відповідних методів та інструментів, що дозволяють зменшити вплив несприятливого зовнішнього середовища та адаптувати діяльність підприємства до умов економічної кризи.

Дослідженням питань управління підприємством під час кризи займаються багато вчених, як зарубіжних так і вітчизняних[1-5]. Зарубіжний досвід показує, що питанню антикризового управління підприємством приділяється значна увага, про що свідчать ґрунтовні розробки теорії антикризового менеджменту Е.І. Альтмана, Т.С. Петерса, І. Ансоффа, Р. Акоффа, М. Хаммера, та ін. Деякі питання та окремі аспекти антикризового управління були викладені в працях науковців Росії та інших країн СНД: Самсонова Н. Ф., Арнольда В.І., Балабанова І.Т.

Метою даної роботи є систематизація підходів до антикризовому управлінні.

Результати дослідження

Кризові ситуації виникають на всіх стадіях життєвого циклу підприємства та потребують антикризового управління. Управління підприємством під час кризи – це спеціальним чином така організована система управління, яка має комплексний, системний характер, націлена на найбільш оперативне виявлення проблем підприємства та створення відповідних передумов для їх своєчасного подолання з метою забезпечення відновлення життєздатності суб'єкта підприємницької діяльності, недопущення виникнення ситуації його банкрутства, запобігання виникненню кризи в майбутньому [2]. Антикризове управління спрямоване на вирішення задач, що забезпечують інтенсивний розвиток підприємства у майбутньому шляхом мобілізації та інтенсивного використання всіх наявних ресурсів у підприємства.

Сутність економічної кризи проявляється у перевиробництві товарів відносно платоспроможного сукупного попиту, в масових банкрутствах фірм, зростанні безробіття та інших соціально-економічних потрясіннях [3].

Основні фактори, що обумовлюють кризовий розвиток підприємства, поділяються на дві основні групи:

- не залежать від діяльності підприємства (зовнішні або екзогенні фактори);
- залежні від діяльності підприємства (внутрішні або ендогенні фактори).

Особливістю кризи підприємств є його висока залежність від зовнішніх факторів – рівня регулювання фінансової діяльності підприємства, кон'юнктури фінансового ринку, ступеня розвитку його інфраструктури тощо, коливання яких в динаміці носить найбільш інтенсивний характер. Разом з тим, ця криза досить часто виникає і під впливом негативних внутрішніх факторів. Частина цих внутрішніх чинників може носити суб'єктивний характер. Як правило, така криза може бути відносно швидко вирішена за рахунок внутрішніх механізмів антикризового управління

Слід зауважити, що у країнах з ринковою економікою щорічно сотні тисяч підприємств припиняють свою діяльність, втративши актуальність через не відповідність виробничого й інтелектуального потенціалу існуючим вимогам ринку. Криза неефективних підприємств – це нормальне явище ринкової економіки[3].

Але варто відзначити, що відносно кризового стану українських підприємств, основними причинами її виникнення можна назвати[2]:

- недостатній рівень знань про можливості передбачення кризи;
- низький рівень функціонування і взаємозв'язку між такими важливими механізмами як соціально-політичний, господарсько-економічний, культурно-психологічний;
- незадовільне керівництво, яке є первинним внутрішнім чинником і головною першопричиною розвитку кризи (недостатні знання керівництва; незбалансована адміністративна команда; відсутність стратегічного підходу; слаба дисципліна; аморальність і недостатність ентузіазму);
- недостатній контроль, який проявляє себе в трьох аспектах: відсутність планування, необґрунтоване ухвалення рішень, випадкові відхилення, помилки та прорахунки (інженерні, управлінські, політичні);
- неналежне виконання фінансовими службами покладених на них функцій, зокрема відсутність гнучкого фінансового планування та аналізу, управління ризиками тощо.

Сутність планування і формування такого управління виражається в наступних положеннях: кризу можна передбачати, очікувати і викликати; кризу у визначеній мірі можна прискорювати, випереджати, відсувати; до кризи можна і необхідно готуватися; кризу можна пом'якшувати; управління в умовах кризи вимагає особливих підходів, спеціальних знань, досвіду і мистецтва; кризові процеси можуть бути до визначеної межі керованими; управління процесами виходу з кризи здатне прискорювати ці процеси і мінімізувати їхні наслідки [1, 3]. На українських підприємствах є потреба в розвитку концепції стабільного менеджменту (завданням якого є стабілізація ситуації, недопущення подальшого поглиблення кризи, завчасне попередження кризових явищ і оперативне впровадження стабілізаційних заходів), який і буде основою антикризового управління підприємством[1].

Антикризові рішення можуть прийматися як для попередження кризового стану, так і для виходу із цього стану. При функціонуванні підприємства в умовах кризи виділяють такі основні групи антикризових рішень, які не є раціональними при успішній діяльності підприємства:

1. В управлінні витратами[2]:

- а) економія витрат, що впливає на витрачання чи зношення засобів підприємства та знижує якість людського потенціалу;
- б) зміщення за можливістю витрат на більш пізній період, незважаючи на те, що ці приведені витрати у майбутньому стануть більшими;
- в) концентрація збуту на окремих сегментах ринку, що зменшує витрати по збуту, але у більшості випадків зменшує перспективи росту.

2. В управлінні доходами[2]:

- а) збут основних засобів та нематеріальних активів, що не знадобляться в середньостроковому періоді;
- б) випуск продукції (послуг) з меншим рівнем прибутковості (але ≥ 0) для збереження виробничого потенціалу підприємства або щоб «потягнути час» до настання кращого стану.

3. В управлінні організаційною структурою підприємства[2]:

- а) зміна організаційної структури підприємства, пов'язана зі скороченням господарської діяльності;

б) вибір такої організаційної структури підприємства, яка більше пристосована до змін.

Отже, розглянувши особливості антикризових рішень, вважаємо необхідним виділяти таке поняття, як «суто антикризові рішення», до яких пропонуємо відносити такі управлінські рішення, які сприяють виходу підприємства з кризового стану і є недоцільними за умов успішної діяльності підприємства.

Висновки

Кризові явища краще передбачити, ніж ліквідувати, так як ліквідувати їх майже не можливо. Тому успіх діяльності підприємства залежить від завчасної підготовки антикризового управління до майбутніх загроз. Завчасна підготовка програми антикризових заходів допоможе значно мінімізувати негативний вплив кризових явищ на підприємство і дозволить йому бути успішним і конкурентоздатним в умовах кризи. Створення потрібних резервів (ресурсних, фінансових, матеріальних) допоможе діяти підприємствам в умовах кризи більш ефективніше. Необхідним є подальше дослідження конкурентоспроможності, адаптації, гнучкості виробництва і персоналу в умовах кризи, а також системи антикризових стратегій.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Антикризове управління підприємством: Навч. посіб./ З.Є. Шершньова, В.М. Багацький, Н.Д. Гетманцева; За заг. ред. З.Є. Шершньової. – К.: КНЕУ, 2007. – 680 с.
2. Колісник М. К. Фінансова санкція і антикризове управління підприємством [текст] / М. К. Колісник, П. Г. Ільчук, П. І. Відлий - К.: Кондор, 2007. – 272 с.
3. Чернишов В.В. Сучасне розуміння поняття антикризового управління / В.В. Чернишов // Економіка розвитку. – 2011. – № 1. – С. 21–24.
4. Єпіфанова І.Ю. Пріоритетність стратегічного підходу в системі антикризового управління персоналом/ І.Ю. Єпіфанова, А.В. Цвігун // Економічний простір: зб. наук. праць. - №50. – Дніпропетровськ: ПДАБА, 2011. – С. 218-224.
5. Єпіфанова І.Ю. Антикризове управління на вітчизняних підприємствах машинобудування // І.Ю. Єпіфанова, Н.В. Найчук // Економіка: проблеми теорії та практики. – 2010. – Вип. 259. – Т.4. – С.898-905.

Кривошликова Вікторія Андріївна – студентка групи МОФ-12б, факультет менеджменту, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: krivoshlykova.vi@mail.ru

Науковий керівник: **Єпіфанова Ірина Юріївна** - кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри фінансів, Вінницький національний технічний університет, Вінниця.

Victotriya A. Krivoshlikova – Department Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, email : krivoshlykova.vi@mail.ru

Supervisor **Iryna Yu. Yepifanova** – PhD in Economics, Associate Professor, Department of Finance, Vinnytsia National Technical University

АНАЛІЗ КРЕДИТНОГО ПОРТФЕЛЯ КОМЕРЦІЙНОГО БАНКУ

¹Вінницький національний технічний університет

Анотація

Розглянуто особливості аналізу кредитного портфеля комерційного банку: досліджено теоретико-методологічні особливості аналізу кредитного портфеля комерційного банку; запропоновано пропозиції з покращення управління кредитним портфелем банку.

Ключові слова: банківська діяльність, кредитна діяльність, кредитний портфель комерційного банку, кредитоспроможність, ризик.

Abstract

The Features of the analysis of credit portfolio of commercial bank is in process considered: explored the theoretical and methodological features of the analysis of credit portfolio of commercial bank; analyzed overall financial and economic activities of the JSC «Ukreximbank» and examined the credit portfolio; provides offer suggestions for improving the management of credit portfolio of bank.

Keywords: banking, credit activities, the loan portfolio of commercial bank, creditworthiness.

Вступ

Кредитування є найважливішим видом діяльності комерційних банків, оскільки саме від результатів кредитування залежить прибутковість та стійкий фінансовий стан банку. Банківські кредити відіграють значну роль в процесах фінансування розвитку ринкової економіки, задовольняючи тимчасову потребу одних суб'єктів у додаткових коштах за рахунок їх тимчасового надлишку в інших. Стимулювання кредитування реального сектору економіки сприяє збільшенню обсягів ВВП і, зрештою, підвищенню добробуту нації. Тому в сучасних ринкових умовах найважливішим для комерційного банку є питання аналізу та управління кредитним портфелем, що зумовлює актуальність обраної теми та доцільність проведення досліджень для розвитку цього питання.

Результати дослідження

Дослідження проблем подальшого вдосконалення функціонування банківської системи, зокрема процесу управління кредитним портфелем банку, привертає увагу багатьох учених, серед яких потрібно відзначити праці М.Д. Алексєєнко, О.В. Дзюблюка, І.М. Лазепка, А.М. Мороза, С.Я. Огородніка, М.І. Савлука, М.І. Сивульського та ін. У їхніх працях розглядаються проблеми формування і моніторингу кредитного портфеля, наводяться класифікаційні характеристики кредитів і пов'язаних з ними ризиків, висвітлюються інші актуальні аспекти кредитних операцій комерційних банків[1].

Проте питання вдосконалення управління кредитним портфелем в процесі різкого зростання кількості кредитних послуг, а також в процесі генерування нових ризиків та трансформації уже існуючих залишаються дискусійними і недостатньо опрацьованими.

Метою статті є розробка рекомендацій щодо удосконалення управління кредитним портфелем комерційного банку на основі теоретичних і науково-методологічних положень аналізу кредитного портфеля банку.

Теорія формування кредитного портфеля пропонує розглядати не кожен окрему позику, а сукупність усіх кредитів з їх взаємовпливом та

взаємозалежністю [2]. Кредитний портфель - це сукупність всіх кредитів чи позик, виданих банком з метою одержання доходу.

Управління кредитним портфелем дає змогу балансувати та стримувати ризик усього портфеля, контролювати ризик, притаманний тим чи іншим ринкам, клієнтам, позиковим інструментам, кредитам та умовам діяльності. Аналіз кредитного портфеля потребує дослідження його структури в розрізі груп ризику, ступеня забезпеченості, галузевої структури, форм власності позичальників і т. п., а також вивчення динаміки кожної групи, сегментації кредитного портфеля.

В сучасних умовах оцінка якості кредитного портфеля комерційного банку залежить саме від правильної оцінки ризику, який бере на себе банк, здійснюючи різні операції. Для банківської діяльності важливим є не уникнення ризику взагалі, а його передбачення та зниження до мінімального рівня, тобто застосування різних методів управління ризиками.

Якісне оцінювання кредитного портфеля має на меті насамперед максимально знизити ризик неповернення позики, що веде до значних втрат для банків і може привести його до банкрутства.

Для оцінювання якості кредитного портфеля з погляду кредитного ризику застосовуються такі показники:

- коефіцієнт покриття класифікованих позик;
- питома вага зважених класифікованих позик;
- коефіцієнт питомої ваги проблемних позик;
- коефіцієнт питомої ваги збиткових позик [3].

Перелічені показники слід аналізувати в динаміці, виявити тенденцію до їх зміни та причини їх зміни. Розрахунок цих коефіцієнтів допомагає визначити тенденції зміни фінансового стану та шляхи збільшення економічної ефективності кредитних операцій.

Стрес-тестування є методом кількісної оцінки ризику, який полягає у визначенні величини неузгодженої позиції, яка наражає банк на ризик, та у визначенні шоків величини зміни зовнішнього фактора – валютного курсу, процентної ставки тощо [4].

Стрес-тестування включає кількісні та якісні складові аналізу: кількісний аналіз спрямований на ідентифікацію можливих сценаріїв розвитку подій. Він визначає масштаби можливих змін ринкової кон'юнктури та коливань основних її компонентів, що впливають на результат діяльності банку та рівень його економічної безпеки; за допомогою якісного аналізу оцінюється спроможність капіталу банку покривати можливі збитки та визначається комплекс заходів для зниження рівня ризику, мінімізації можливих втрат і збереження та захисту капіталу.

Рейтингова система CAMELS, як метод оцінки якості кредитного портфеля комерційного банку, ґрунтується на оцінках ризиків діяльності і полягає у визначенні загального стану банку на підставі єдиних критеріїв, які охоплюють діяльність банку за всіма напрямками [5]. Метою оцінки діяльності банку за рейтинговою системою є визначення можливого незадовільного фінансового стану, недоліків операцій або менеджменту, що можуть призвести до банкрутства банку та вимагають посиленого контролю з боку служби банківського нагляду Національного банку України і вжиття відповідних заходів для виправлення цих недоліків у діяльності банку та стабілізації його фінансового стану.

З метою вдосконалення механізму управління кредитним портфелем комерційного банку необхідно використовувати гнучкі кредитні інструменти, а також трансформацію неліквідних активів у ліквідні цінні папери, на основі вивчення й узагальнення досвіду закордонних банків, які працюють за умов розвинутої конкуренції. Необхідно впроваджувати кредитні лінії, структурування кредитних угод, гнучкі умови забезпечення і погашення кредитів, а також методики розрахунку мінімальної процентної ставки за кредит з урахуванням ризикової складової, нормативів обов'язкового резервування, вартості та обсягів власної ресурсної бази, витрат банку на залучення ресурсів і надання кредиту, індикатора інфляційної складової тощо. Застосування плаваючих процентних

ставок рекомендується з метою максимального наближення ціни кредиту до змін ринкової кон'юнктури.

Пропонуємо застосування сек'юритизації активів, за якої банк матиме можливість:

- поліпшити структуру активів;
- збільшити ліквідність;
- перекласти ризик (як кредитний, так і процентний) на інвестора;
- збільшити надходження за послуги.

Також для забезпечення ефективності управління кредитним портфелем банку можна провести такі заходи, як розвиток кредитування фізичних осіб, посилення захищеності кредитів власним капіталом шляхом збільшення частки кредитного портфеля, що фінансується за рахунок власного капіталу, підвищення ступеня захищеності банку від втрат за позиками за рахунок зовнішніх факторів таких як гарантії, застава майна, поручительство та інші.

Висновки

Отже, поняття «кредитний портфель комерційного банку» можна охарактеризувати як сукупність банківських позичок, що надаються в користування юридичним і фізичним особам для забезпечення їх господарських і соціальних потреб, структуровані за певними форматами відповідно до завдань певної кредитної політики і відображають результати її реалізації.

Головна мета процесу управління кредитним портфелем банку полягає в забезпеченні максимальної дохідності за певного рівня ризику. Під час оцінювання кредитного ризику доцільно розділяти кредитний ризик на рівні угоди і кредитний ризик на рівні портфеля банку. Під час управління кредитним портфелем обов'язковою умовою є проведення аналізу структури даного активу. Адже саме від складу кредитного портфелю залежить його ефективність і прибутковість.

Для забезпечення ефективності управління кредитним портфелем комерційному банку потрібно провести наступні заходи:

- розвивати кредитування фізичних осіб – як споживче, так і іпотечне та кредитування фізичних осіб-підприємців;
- зберегти існуючий склад кредитного портфеля юридичних осіб, мінімізувавши при цьому його ризиковість та підвищивши його якість;
- активно використовувати маркетингові дослідження для оцінки стану ринку банківських послуг та попередження або скорочення можливих збитків від кредитної діяльності;
- виводити з балансу кредити, які класифіковані як безнадійні, та погашати їх за рахунок власного капіталу;

підвищувати кваліфікацію працівників, що відповідальні за залучення та аналіз кредитоспроможності клієнтів банку задля зменшення кредитного ризику та попередження про клієнтів, щодо яких існують сумніви у кредитоспроможності чи можливостей шахрайства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Герасимович А.М. Аналіз банківської діяльності/А.М. Герасимович, М.Д. Алексєнко, І.М. Парасій-Вергуленко. — К.: КНЕУ, 2008. - 599 с.
2. Бутинець Ф.Ф. Аналіз діяльності комерційного банку/Ф.Ф. Бутинець. - Житомир: ПП. "Рута", 2010. - 384с.
3. Міщенко В. Удосконалення управління банківським кредитуванням на прикладі країн Центральної та Східної Європи/В. Міщенко, О. Кравець/Вісник НБУ - 2010. - №9. - с. 5-10.
4. Бобиль В. Стрес-тестування кредитних установ у сучасних умовах: теоретичний аспект/В. Бобиль//Банківська справа. Науково-практичне видання - 2010. - №6 (96). – с. 46-52.

5. Положення «Про порядок визначення рейтингових оцінок за рейтинговою системою CAMELS» № 171 від 08.05.2002.

Андрєєва Крістіна Костянтинівна — студентка групи МОф-15м, факультет менеджмент організації, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: kristos113@gmail.com

Науковий керівник: **Стасюк Надія Леонідівна** – кандидат економічних наук, доцент Вінницького національного технічного університету. Електронна адреса - sv-almaz@mail.ru

Andreeva Christina - student of MOF-15m, Faculty of Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: kristos113@gmail.com

Supervisor: **Nadia L. Stasiuk** - Candidate of Economics, docent of Vinnytsia National Technical University. Email - sv-almaz@mail.ru

ОСНОВНІ ЕЛЕМЕНТИ ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ

¹ Вінницький національний технічний університет

Анотація

Систематизовано наукові погляди щодо визначення економічного змісту механізму фінансового забезпечення економічного розвитку, здійснено аналіз основних елементів фінансового забезпечення господарської діяльності підприємств.

Ключові слова: фінансування, фінансові ресурси, фінансове забезпечення, економічний розвиток.

Abstract

In the article have been systematized the scientific views in relation to the definition of economic content of financial mechanism of economic development; the analysis of the main elements of the financial support of economic activity was implemented.

Keywords: funding, financial resources, financial support, economic development.

Вступ

Для забезпечення розвитку економіки, покращення інвестиційного клімату, підвищення ефективності господарської діяльності та рівня конкурентоспроможності окремих підприємств, регіонів і країни загалом перш за все необхідне достатнє фінансове забезпечення. Від обсягів фінансування залежать кількісні та якісні параметри будь-якого економічного явища чи процесу, а отже й кінцеві результати господарської діяльності. Тому, щоб успішно функціонувати на ринку кожне підприємство зобов'язане раціонально формувати, розподіляти і використовувати наявні фонди грошових коштів. Сучасні світові економічні тенденції свідчать, що в умовах високого рівня фінансових ризиків, впливу різних кризових чинників на діяльність господарських суб'єктів, забезпеченість необхідними ресурсами, зокрема фінансовими, є однією з головних проблем їх функціонування [1, с. 63].

Результати дослідження

Фінансове забезпечення певного економічного процесу чи явища означає не лише наявність необхідних для гарантованого функціонування цього процесу чи явища фінансових ресурсів, але й включає в себе цілий набір методів та заходів впливу на об'єкт фінансування з метою забезпечити його розвиток у потрібному напрямі. Так, наприклад, Г. В. Возняк та А. Я. Кузнецова під фінансовим забезпеченням інноваційної діяльності розуміють комплекс методів та важелів, за допомогою яких через відповідну систему фінансування у різних формах здійснюється цілеспрямований вплив на суб'єкта, що здійснює той чи інший вид господарської діяльності [2, с. 22].

Фінансове забезпечення функціонування та розвитку економічної діяльності являє собою складну систему (чи механізм), яка включає в себе такі складові елементи, як організація господарської діяльності, управління нею, планування економічного розвитку. Всі ці елементи об'єднує фінансова складова, без якої неможливо досягти бажаного ефекту. Між усіма елементами системи фінансового забезпечення розвитку економічного процесу чи явища існує тісна взаємна залежність, яка передбачає взаємодію та співробітництво суб'єктів, що займаються, відповідно, організацією, управлінням, плануванням та фінансуванням економічного процесу.

Організація господарської діяльності включає комплекс нормативно-правових та інформаційних заходів із формування, розподілу і використання фондів грошових коштів, а також залучення внутрішніх та зовнішніх джерел фінансування економічного розвитку.

До елементів управління та планування економічним розвитком на макрорівні належать загальнодержавні структури та органи місцевого самоврядування, у розпорядженні яких знаходяться

фінансові, матеріальні та інтелектуальні ресурси, раціональне використання яких дозволяє забезпечити ефективний розвиток національної економіки. А на мікрорівні такими елементами виступає менеджерський корпус підприємств та господарських організацій.

Сутність фінансового планування економічного розвитку полягає у складанні планів формування, розподілу і використання фінансових ресурсів, як на рівні окремих суб'єктів господарювання та їх корпоративних об'єднань і галузевих структур, так і на рівні територіально-адміністративних одиниць і країни загалом. Обґрунтованість планування перевіряється за допомогою фінансових показників, що відображають реальні процеси економічного розвитку та характеризують збалансованість використання фінансових ресурсів.

Висновки

Отже, фінансове забезпечення економічного розвитку являє собою складну систему методів, інструментів та важелів, за допомогою яких здійснюється цілеспрямований вплив на процес здійснення господарської діяльності. Основними елементами системи фінансового забезпечення економічного розвитку є структури, які забезпечують ефективну організацію, управління, планування та фінансування економічного процесу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Зянько В. В. Інноваційна діяльність підприємств та її фінансове забезпечення в умовах трансформаційних змін економіки України : монографія / В. В. Зянько, І. Ю. Єпіфанова, В. В. Зянько – Вінниця : ВНТУ, 2015. – 172 с.
2. Возняк Г.В. Інноваційна діяльність промислових підприємств та способи її фінансування в Україні : монографія / Г.В. Возняк, А.Я. Кузнєцова. – К. : УБС НБУ, 2007. – 183 с.

Дун Сін'їн – аспірант кафедри фінансів, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: dongxinying19891117@gmail.com

Науковий керівник: **Віталій Володимирович Зянько** – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри фінансів, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Dong Xinying — Post-Graduate Student of the Chair of Finance, Vinnytsia National Technical University. Vinnitsa. E-mail: dongxinying19891117@gmail.com

Supervisor: **Zianko Vitalii V.** - Doctor of Economics, Professor, Head of Finance, Vinnytsia National Technical University. Vinnitsa.

ОСОБЛИВОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

¹ Вінницький національний технічний університет

Анотація.

Визначено закономірності та особливості впровадження інноваційних проектів на підприємствах харчової промисловості України; виявлено напрями та механізм впровадження технологічних інновацій.

Ключові слова: інновації, інноваційний проект, харчова промисловість, особливості впровадження інновацій.

Abstract

There have been determined the regularities and features of the introduction of innovation at Ukraine's food industry; trends and modus operandi of technological innovation were identified.

Keywords: innovations, innovative project, food industry, introduction features of innovations.

Вступ.

Сьогодні за умов жвавого удосконалення асортименту товарів, підвищення цін та змін потреб примхливих споживачів виробникам неможливо без використання інновацій. За відсутності впровадження інноваційних проектів підприємства харчової промисловості прирікають себе на відставання від вимог ринку та, згодом, на втрату конкурентоспроможних позицій на споживчому ринку.

Метою роботи є визначення особливостей впровадження інноваційних проектів на підприємствах харчової промисловості. З'ясувати проблеми впровадження інноваційних проектів на підприємствах харчової промисловості.

Результати дослідження

Стан сучасної економіки України орієнтується на галузі, які спрямовані на задоволення базових потреб населення. На мою думку, у першу чергу, до таких відноситься харчова промисловість.

Харчова промисловість складає приблизно 15% всієї продукції виробленої на території України [6]. Більше 50 галузей та спеціалізованих виробництв представляють харчову промисловість України. Це борошно-круп'яні, цукрові, спиртові, кондитерські, молочні, хлібопекарні, макаронні, рибні, м'ясні, лікєро-горілчані, виноробні, консервні, олійно-жирові, овочеві підприємства. Окрім них, є багато спеціалізованих підприємств, які складають інфраструктуру харчової промисловості. До них можна віднести підприємства, приватні фірми, установи, які займаються продажем, упаковкою, доставкою продукції, маркетингом ринку харчових продуктів, дослідницькі лабораторії та інші.

Зростання конкуренції на ринку збуту, підвищення вартості енергоносіїв, дефіцит кваліфікованої робочої сили – це одні з умов, які підтверджують потребу в інноваціях на підприємствах харчової промисловості. Завдяки їм можна досягти зростання посилення і зростання позиції на ринку. Слід зазначити, що інновації – це єдиний ресурс, який є неповторним на будь-якому підприємстві, і який складний через свою унікальність для копіювання конкурентами. Однак інноваційні проекти можуть надати підприємству не тільки конкурентну перевагу, але й забезпечуватиме перспективу розвитку підприємства.

Харчова промисловість є важливою для економіки України, але на багатьох підприємствах використовується застаріле обладнання й технології, що негативно впливає на результати їх роботи. За таких умов потрібно забезпечити інноваційний розвиток цієї галузі через ведення нових проектів на підприємствах.

Особливостям впровадження інноваційних проектів на підприємствах присвячено наукові праці вітчизняних науковців А.Гальчинського, Р.В. Грінченко, В. Ландика, В.В. Зянька [7], а також зарубіжних Д. Ніла, Г. Томаса, Ф. Янсена. Стосовно принципів інновацій у харчовій промисловості, то тут варто визначити М. Сичевського [1], Р. Майстро[4], К. Астапова, Л. Тарасову, М. Мілеву [5], М. Пашуту [3], Т. Майорову, В. Котляренко [6], І. Санду, П. Антонюк та О. Антонюк [2].

М. Сичевський у своєму дослідженні організаційно-економічного механізму розвитку харчової промисловості визначає галузеві пріоритети в інвестуванні та пропонує систему заходів реалізації інноваційної моделі розвитку [1]

П. Антонюк, О. Антонюк аналізують стан та шляхи інтенсифікації інновацій у харчовій промисловості, де визначають умови подолання низького техніко-технологічного рівня галузі [2].

М. Пашута досліджує інновації як фактор випереджального розвитку економіки, де визначає середньострокові пріоритетні напрями інноваційної діяльності за галузями промисловості, у тому числі й харчової [3].

Р. Майстро переймається проблематикою рівня та напрямків інноваційного розвитку національних підприємств в умовах трансформаційних процесів в економіці, внаслідок чого визначає шляхи інноваційного розвитку підприємств та напрями підвищення їх конкурентоспроможності на основі активізації інноваційних процесів [4].

М. Мілева визначає інвестиційно-інноваційну спрямованість як основну складову стратегічного розвитку харчових підприємств України та у межах цього виділяє методи зупинення негативних тенденцій інноваційного розвитку підприємств шляхом розробки комплексних стратегій розвитку з використанням ефективних форм інвестування промисловості на прикладі пивної промисловості України [5].

Економічне зростання є основою розвитку країни. Важливим фактором прискорення цього розвитку є розробка та впровадження інновацій. Протягом останніх років накопичилось багато проблем, що стримують економічний розвиток в цілому і харчової промисловості зокрема. Цими проблемами є низький технічний та технологічний рівень виробництва, висока енергоємність та матеріалоємність виробничих комплексів. Щоб вирішити зазначені проблеми потрібно запроваджувати заходи з прискорення інноваційної діяльності.

Для здійснення економічного прориву в умовах членства України в СОТ та входження в ЄС розпорядженням Кабінету Міністрів України схвалена Концепція проекту Загальнодержавної цільової економічної програми розвитку промисловості на період до 2017 року [5], в якій відзначається, що вітчизняна промисловість характеризується технічною відсталістю та низькою інноваційною активністю суб'єктів господарювання. Наслідком цих явищ може стати посилення технологічної залежності від інших країн світу.

Слід зазначити, що головною вимогою майже до всіх технологічних інновацій є вимога удосконалення ресурсозбереження, а також екологічність процесів, які реалізуються.

За останні роки помітно збільшилась кількість підприємств, які розробляли та реалізовували інновації на практиці. Напрями використання коштів зумовили й можливості впровадження інновацій у підприємствах харчової промисловості України, зрушення в їх структурі: збільшилась кількість і питома вага підприємств, що здійснювали механізацію та автоматизацію виробництва й скоротилась кількість підприємств, які освоювали нові технологічні процеси та освоювали виробництво нових видів продукції.

Започаткування останньої тенденції свідчить про недоліки у здійсненні інноваційної політики, які потребують прийняття конкретних заходів щодо прискорення технологічного оновлення

підприємств харчової промисловості, введення в дію нових видів основних засобів, реконструкцію діючих підприємств, технічне переобладнання. Це особливо важливо в умовах низького рівня технологічних процесів, які застосовуються у харчовій промисловості; зношеності основного капіталу, яка досягла 40 %, зокрема устаткування— близько 60 %, третина з яких вимагають заміни, відставання продуктивності праці від розвинутих країн Західної Європи майже у 4 рази, недостатній механізації (понад 30 % працівників зайняті ручною працею).

Стратегічні завдання у цій сфері полягають у:

- створенні сприятливих інституційних та економічних умов для інноваційної діяльності підприємств харчової промисловості;
- впровадженні сучасних дієвих інструментів бюджетного та децентралізованого фінансування інноваційної діяльності;
- створенні національної інноваційної системи як основи для загальнодержавної переорієнтації на науково-технологічний варіант економічного зростання;
- запровадженні прагматичних і ділових стосунків між державою та науковою сферою з метою забезпечення прикладної спрямованості діяльності переважної більшості державних наукових установ країни;
- інтенсифікації процесів інтеграції науки та виробництва;
- розвитку державного та приватного секторів прикладної інноваційно орієнтованої науки;
- підготовці кадрів у сфері інноваційної діяльності підприємств харчової промисловості.

Інноваційний розвиток пришвидшує та стимулює якісні зміни матеріального виробництва, обумовлює зростання продуктивності праці, впливає на всі сторони життя суспільства, є невід'ємною частиною соціального прогресу.

Впровадження технологічних інновацій у харчовій промисловості стало пріоритетним завданням, оскільки від його вирішення залежать конкурентоспроможність вітчизняних продовольчих товарів на світовому і національному продовольчих ринках, міжнародне визнання і підтримання на перспективу іміджу країни як надійного експортера якісних і безпечних харчових продуктів, успішної інтеграції з ЄС.

Україна у економічному розвитку на сьогоднішній день дуже відстає навіть від країн що не належать до промислово розвинених, тому навряд чи можна чекати на швидку та ефективну інтеграцію національної моделі інноваційного розвитку в світову. Проте з включенням України до світових інтеграційних процесів зовнішнє середовище посилює свій вплив на розвиток і функціонування вітчизняної харчової промисловості [7, с. 37].

Висновки

Загалом інноваційна діяльність у харчовій промисловості України позначається нестабільністю, недостатньою збалансованістю фінансових джерел, відсутністю чітко визначених пріоритетів, що вимагає заходів на державному рівні, які б сприяли її активізації та оптимізації напрямів.

Серед заходів державного регулювання інноваційної активності у харчовій промисловості можна зазначити такі: формування сучасної інноваційної інфраструктури, яка відповідає найновішим тенденціям і ринковим відносинам; організація державного страхування можливих ризиків у процесі інноваційної діяльності; створення спеціальних інвестиційно-інноваційних банків для концентрації капітальних ресурсів на цілі інновацій; сприяння зовнішньоекономічній співпраці у технологічній сфері з метою реалізації своїх технологічних можливостей і одержання необхідних інвестицій.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Сичевський М. П. Організаційно-економічний механізм розвитку харчової промисловості (теорія, методологія, практика): Автореферат дисертації доктора економічних наук : / М. П. Сичевський – Київ, 2005. – 32 с.
2. Антонюк П. О. Аналіз стану та шляхів інтенсифікації інновацій в харчовій промисловості [Електронний ресурс] / П. О. Антонюк, О. П. Антонюк // – 2006. – Режим доступу: www.rusnauka.com/DNI_2006/Economics/3_antonjuk.doc.htm.
3. Пашута М. Інновації як фактор випереджального розвитку економіки / М. Пашута // Персонал. – Київ, 2006. - № 6. С.16-24.
4. Майстро Р. Г. Рівень та напрямки інноваційного розвитку національних підприємств в умовах трансформаційних процесів в економіці [Електронний ресурс] / Р. Г. Майстро // – 2007. – Режим доступу: www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/VMSU/2007-02/07_mrghvi.doc.htm.
5. Мілева М. Д. Інвестиційно-інноваційна спрямованість як основна складова стратегічного розвитку харчових підприємств України [Електронний ресурс]/ М. Д. Мілева // – 2008. – Режим доступу: www.confcontact.com/2008febr/5_mileva.doc.htm.
6. Котляренко В. О. Євроінтеграційна модель харчової промисловості XXI ст.: можливості для України / В. О. Котляренко // Формування ринкових відносин в Україні. Зб. наук. пр. Вип. 3 (34) / Наук. ред. І. Бондар. – К.: НДЕІ Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України, 2004. – с. 38-45
7. Зянько, В. В. Інноваційне підприємництво: сутність, механізми і форми розвитку [Текст]: Монографія / В. В. Зянько; М-во освіти і науки України, Вінницький національний технологічний ун-т. - Вінниця: УНІВЕРСУМ.- Вінниця, 2008. 397 с
8. Розпорядження КМУ «Про схвалення Концепції Загальнодержавної цільової економічної програми розвитку промисловості на період до 2020 року» від 17 липня 2013 р. - № 603-р.

Палій Галина Володимирівна– студентка групи МОф-13, факультет менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, email: galina.paliy.996@gmail.com

Науковий керівник: **Зянько Віталій Віталійович** – к.е.н., старший викладач кафедри фінансів, факультет менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Galina Palii - student group MOF-13, department of finance, Faculty of Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, email: galina.paliy.996@gmail.com

Supervisor: Zianko Vitalii - Ph.D. in economics, senior lecturer, department of finance, Faculty of Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, email: vzyanko@gmail.com

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНЮВАННЯ ПРИБУТКОВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Розглянуто сутність прибутковості підприємства. Систематизовано методичні підходи до оцінювання прибутковості підприємств.

Ключові слова: прибуток, прибутковість, рентабельність

Abstract

The essence of profitability is considered. The methodical approach to evaluating the profitability of enterprises is systemized.

Keywords: income, profitability, return.

Вступ

Метою діяльності будь-якого підприємства є отримання належного рівня прибутку, що передбачає досягнення певного рівня конкурентоспроможності. Прибуток в загальному вираженні є різницею між доходами та витратами підприємства. Разом з тим, абсолютне значення прибутку не дозволяє оцінити ефективність діяльності підприємства. З цією метою розраховують відносні показники прибутку – коефіцієнти прибутковості, тобто рентабельності.

Питання, пов'язані із оцінюванням прибутковості підприємства, досліджуються у працях [1-5]. Разом з тим, доцільним є систематизація підходів з аналізу прибутковості підприємств.

Метою даної роботи є систематизація методик оцінювання прибутковості підприємств.

Результати дослідження

В літературі існують різні підходи до визначення сутності прибутковості підприємства (див. табл. 1).

Таблиця 1 – Підходи до визначення сутності поняття «прибутковість»

Автор	Прибутковість – це
Зянько В. В., Спіфанова І. Ю. [1]	показник, який дає уявлення про достатність чи недостатність прибутку порівняно із іншими окремими величинами, що впливають на виробництво, реалізацію і взагалі на фінансово-господарську діяльність підприємства.
Базилінська О. Я. [3]	показують, скільки одиниць прибутку (балансового, чистого, операційного, оподаткованого тощо) підприємство генерує на одиницю реалізованої продукції, активів, власного капіталу тощо
Власова Н.О. Круглова О.А. Безгінова Л.І. [4]	якісний вартісний показник, що характеризує рівень віддачі витрат або ступінь використання наявних ресурсів у процесі виробництва і реалізації товарів (робіт, послуг).
Хмелевський О. В. [5, с.50-51].	стан підприємства, що вказує на його здатність здійснювати рентабельну діяльність, забезпечувати платоспроможність, генерувати прибуток, на основі чого забезпечувати стабільність зростання та майбутній інноваційно-інвестиційний розвиток
Юрчишена Л. В. [6].	індикатор, який характеризує ефективність фінансово-економічного механізму та прибутковість діяльності підприємства в умовах жорсткої ринкової конкуренції, а також світової економічної кризи.

Отже, прибутковість є відносним показником діяльності підприємства, який характеризує ефективність діяльності підприємства та визначається співвідношенням прибутку із витратами, ресурсами тощо.

Показник рентабельності показує, скільки копійок прибутку одержує підприємство при понесених витратах (вкладених активах, ресурсах) в його господарську діяльність в розмірі однієї гривні. Аналіз прибутковості проводять шляхом розрахунку відносних показників, які визначаються як відношення прибутку до активів, ресурсів, капіталу чи витрат підприємства.

Аналіз рентабельності підприємства здійснюється шляхом розрахунку таких основних показників (коефіцієнтів) [5]:

- рентабельність продукції (характеризує прибутковість господарської діяльності підприємства від основної діяльності);
- рентабельність продажів (показує, яку суму операційного прибутку одержує підприємство з кожної гривні проданої продукції);
- рентабельність активів (характеризує ефективність використання всіх активів підприємства);
- рентабельність власного капіталу (характеризує ефективність вкладення коштів до даного підприємства).

Крім того, в процесі оцінювання прибутковості діяльності досить важливо провести факторний аналіз рентабельності власного капіталу, активів.

Висновки

Таким чином, в сучасних умовах підприємства прагнуть підвищити рівень ефективності діяльності. З цією метою необхідно систематично здійснювати аналіз рівня прибутковості, використовуючи систему показників рентабельності та проводити аналіз факторів, які спричиняють зміну показників рентабельності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Зянько В.В. Фінансовий аналіз та звітність: практикум / В.В. Зянько, І.Ю. Спіфанова. – Вінницький національний технічний ун-т. – Вінниця : ВНТУ, 2008. – 83с.
2. Спіфанова І. Ю. Перспективи економічного зростання промислових підприємств / М. В. Бальзан, І. Ю. Спіфанова // Вісник Чернігівського державного технологічного університету. Серія : Економічні науки. - 2014. - № 4. - С. 327-331.
3. Базилінська О.Я. Фінансовий аналіз: теорія та практика навч. посіб. / Олена Яківна Базилінська. – 2-ге вид. – К. : Центр учбової літератури. – 2011. – 398 с.
4. Власова Н.О. Фінанси підприємств: Навч. Посібник / Власова Н.О. Круглова О.А. Безгінова Л.І. — К.: Центр учбової літератури, 2007 — 271 с.
5. Хмелевський О. В. Оцінка якості прибутковості в інноваційно-інвестиційному розвитку підприємств машинобудування / О. В. Хмелевський // Економіст. – 2008. – №3. – С.50-53.
6. Юрчишена Л. В. Моделювання прибутку на підприємстві / Л. В. Юрчишена // Вісник Хмельницького національного університету. –2011. – № 2. – Т. 3. – С. 88–93

Adgozalov Afsun Etiram Ogli – студент групи Моф-12, факультет менеджменту, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, email: afsun.adgozalov@mail.ru

Науковий керівник: **Спіфанова Ірина Юріївна**, кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансів, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Adgozalov Afsun Etiram Ogli - faculty of management, Vinnitsa National Technical University, Vinnytsia, email: afsun.adgozalov@mail.ru

Supervisor: **Yepifanova Irina Y.**, Cand. Ec. Sci (Eng), Assistant Professor of finance, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.

ЧИННИКИ, ЯКІ ВПЛИВАЮТЬ НА СТАТУТНИЙ КАПІТАЛ ПІДПРИЄМСТВ

¹ Вінницький національний технічний університет

Анотація

Проаналізовано визначення сутності статутного капіталу різними вченими. Виявлено внутрішні та зовнішні чинники, що впливають на статутний капітал підприємств.

Ключові слова: статутний капітал, внески засновників, облік статутного капіталу.

Abstract

There has been analysed the essence of the chartered capital by different scientists. Internal and external factors, which affecting the chartered capital companies were discovered.

Keywords: chartered capital, contributions of founders, chartered capital accounting.

Вступ

Формування статутного капіталу підприємства є основою з якої починається фінансово-господарська діяльність підприємства. Центральною категорією кожного підприємства, що веде комерційну чи виробничу діяльність, є капітал. Відсутність чіткого і єдиного визначення капіталу викликає проблеми при веденні бухгалтерського обліку і складанні фінансової звітності.

Метою роботи є виявлення чинників, які впливають на статутний капітал підприємства.

Результати дослідження

Фінансово-господарська діяльність підприємства будь-якої форми і власності розпочинається з формування статутного капіталу.

Різні науковці розуміють це поняття по-різному, зокрема В.В. Вітлінський характеризує статутний капітал як суму внесків засновників суб'єкта господарської діяльності для забезпечення його життєдіяльності. Він являє собою зафіксовану в установчих документах загальну вартість активів, які є внеском власників (учасників) до капіталу підприємства. Основне призначення статутного капіталу – забезпечення матеріальної бази діяльності підприємства як у період становлення, так і в ході подальшої виробничо-господарської діяльності. Додатковою обставиною, яку треба враховувати при формуванні статутного капіталу, є те, що його розмір має певний вплив на можливості зовнішнього фінансування (як правило, величина кредитів пов'язується зі статутним капіталом підприємства) та ділову репутацію, особливо при роботі із зарубіжними партнерами [1].

У сучасній економічній літературі трактування визначення економічної сутності статутного капіталу не відрізняється значними розбіжностями. Найчастіше статутний капітал розглядається як зафіксована в установчих документах загальна вартість активів, які є внеском власників (учасників) до капіталу підприємства. Тобто статутний капітал відображає подвійність відносин власності і характеризує, з одного боку, фонд власних коштів підприємства як юридичної особи, а з іншого – фонд внесків учасників у майно підприємства.

Економічний зміст статутного капіталу полягає в наділенні знову створеної юридичної особи основними та оборотними активами, необхідними для розгортання підприємницької діяльності для виробництва продукції, виконання робіт, надання послуг або продажу товарів. Тобто статутний капітал – це майно, економічні ресурси підприємства на момент його створення.

Із позиції І. Палатнікова капітал – це сума цінностей, вкладених у підприємство для ведення операцій з метою отримання прибутку [2, с. 17].

На думку Р. А. Алборова, статутний капітал – сукупність внесків учасників (власників) в майно при створенні організації для забезпечення її діяльності в розмірах, визначених установчими документами [3, с. 26].

Найвіддаліше визначення статутного капіталу зазначив Ю. Ф. Бутинець, котре він розуміє як організаційно-правову форму капіталу, величина якого визначається в розмірах, визначених

установчими документами відповідно до чинного законодавства. Це сукупність у грошовому вираженні внесків (часток, акцій за номінальною вартістю) засновників (учасників) в майно при створенні підприємства для забезпечення його статутної діяльності [4, с. 42]

Порядок та джерела формування статутного капіталу залежить від типу підприємства та його форми власності. В Україні права підприємств різних форм власності та типів закріплені у чинному законодавстві, зокрема в законах України “Про власність” [5], “Про підприємство в Україні” [6], “Про господарські товариства” [7].

На формування фінансових ресурсів підприємств впливає велика кількість факторів які можна поділити на зовнішні (пов’язані з діяльністю підприємства) та внутрішні (фактори зовнішнього середовища які мають вплив на підприємство). Основна ціль формування капіталу полягає в оптимізації структури підприємства та забезпечення умов ефективного його використання.

До внутрішніх чинників які впливають на формування фінансових ресурсів підприємств належать:

- ✓ рівень досконалості фінансової структури підприємства;
- ✓ якість організації управління фінансовими ресурсами;
- ✓ налагодження роботи з посередницькими організаціями, забезпечення зв’язку збутової стратегії з виробничою;
- ✓ аналіз існуючого ринку продукції;
- ✓ якість фінансового, управлінського та податкового обліку;
- ✓ визначення критеріїв відповідності кваліфікації персоналу займаним посадам відповідно до організаційної структури, делегування повноважень, визначення межі відповідальності.

До зовнішніх чинників що впливають на формування фінансових ресурсів підприємств відносять:

- ✓ інфляцію;
- ✓ зміни цін на ресурси;
- ✓ зміни політичного курсу влади;
- ✓ зміну правового поля;
- ✓ стан розвитку фінансового ринку;
- ✓ стан економіки в цілому.

Всі перераховані чинники мають вплив на формування фінансових ресурсів шляхом регулювання структури та потужності різноманітних фінансових джерел [8].

Структура та розмір фінансових ресурсів залежить від обсягу виробництва та його ефективності. Зв’язок між розміром фінансових ресурсів та обсягом виробництва є двояким, оскільки основним регламентуючим фактором збільшення обсягів виробництва є величина фінансових ресурсів, як і навпаки. Наприклад, недостатній розмір фінансових ресурсів веде до скорочення обсягу виробництва та неможливості його розширення, зниження рівня використання виробничих потужностей, недостатнього забезпечення матеріальними, трудовими та іншими ресурсами і, як наслідок, до ще більшого скорочення фінансових ресурсів.

Достатній розмір фінансових ресурсів забезпечує: фінансову стійкість, платоспроможність, стабілізацію обсягів виробництва, а також можливість його розширення; високий, проте не повний рівень використання виробничих потужностей; достатній рівень забезпечення організації матеріальними ресурсами, а, отже, здатність в процесі виробництва відшкодувати авансовані фінансові ресурси в обсязі, що не буде поступатися використаному.

Висновки

Впродовж багатьох років вчені різних країн трактують визначення економічної сутності статутного капіталу з незначними розбіжностями.

Узагальнюючи результати дослідження, зазначимо, що статутний капітал відіграє основну роль у функціонуванні підприємства. По-перше, це стартовий капітал, необхідний для виробничої діяльності й отримання прибутку. По-друге, статутний капітал регулює відносини власності, розподіл доходів та управління підприємством.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Вітлінський В. В. Оцінка кредитоспроможності позичальника та ризику банку / В. В. Вітлінський, О. В. Пернарівський, А. В. Баранова // Фінанси України. – 1999. – № 12. – С. 86–91.
2. Палатников И. В. Руководство по счетоводству / И. В. Палатников. – Тифлис, 1927. – 237 с.
3. Алборов Р. А. Аудит учредительных документов, видов деятельности и формирования уставного капитала организации / Р. А. Алборов // Экономика сельскохозяйственных перерабатывающих предприятий. – 2000. – № 3. – С. 25–29.
4. Бутинець Ю. Ф. Особливості проведення аудиту операцій зі статутним капіталом / Ю. Ф. Бутинець. – Вісник ЖІТІ: екон. науки. – 2002. – № 20. – С. 42–48.
5. Закон від 07.02.1991 № 697-ХІІ «Про власність» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/697-12>
6. Закон від 07.02.1991 № 698-ХІІ «Про підприємництво» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/698-12>
7. Закон України від 19.09.91 р. № 1576-ХІІ «Про господарські товариства» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1576-12>.
8. Бердар М. М. Управління процесом формування і використання фінансових ресурсів на основі логістичного підходу/ М. М. Бердар // Акт. пробл. Економіки. – 2008. - №5. – С.133-138

Хомчук Анастасія Ігорівна – студентка групи МОФ-14мс, факультет менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Науковий керівник: **Зянько Віталій Віталійович** – к.е.н., старший викладач кафедри фінансів, факультет менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Khomchuk Anastasia - Faculty of Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.

Supervisor: Zianko Vitalii- Ph.D. in economics, senior lecturer, department of finance, Faculty of Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, email: vzyanko@gmail.com

УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМ СТАНОМ ПІДПРИЄМСТВА

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Актуальність проблеми полягає в тому, що однією з причин кризової ситуації багатьох українських підприємств є наявність недостатньо ефективної системи управління фінансовими ресурсами.

У статті розглянуто завдання, принципи та методи аналізу фінансового стану підприємства. Наведено джерела інформації для проведення аналізу фінансового стану підприємства. Надано комплексне визначення досліджуваної категорії.

Ключові слова: фінансова діяльність, фінансовий аналіз, методи фінансового аналізу, фінансове управління, управлінське рішення.

Abstract

The urgency of the problem is that one of the causes of the crisis many Ukrainian companies is not the presence of an effective system of financial management.

The article examines the objectives, principles and techniques of financial analysis company. An information source for the analysis of financial condition. Provided a comprehensive definition of the investigated categories.

Keywords: financial activity, financial analysis, methods of financial analysis, financial management, management decision

Вступ

Фінансовий стан підприємства – це комплексне поняття, яке є результатом взаємодії всіх елементів системи фінансових відносин підприємства, визначається сукупністю виробничо-господарських факторів і характеризується системою показників, що відображають наявність, розміщення та використання фінансових ресурсів.

Метою статті є обґрунтування принципів і методів аналізу фінансового стану підприємства.

Серед науковців, які приділяли значну увагу дослідженню фінансово-господарського стану підприємств, а також проблем управління їх фінансовими ресурсами можна зазначити: І.Т. Балатанов, Т.Р. Карлін, А.П. Ковальов, М.Н. Крейніна, Л.А. Лахтіонова, Г.В. Савицька та інші.

Результати дослідження

На шляху до стабілізації соціально-економічної ситуації в Україні в ринкових умовах однією з найнеобхідніших і найвагоміших умов постає досягнення ефективного функціонування підприємств. Виникнення кризових явищ в економіці прямо пропорційно пов'язане зі скороченням національного виробництва, а підвищення прибутковості вітчизняних підприємств веде до поліпшення загальних економічних умов в цілому в країні.

Однією з причин кризової ситуації багатьох українських підприємств є наявність недостатньо ефективної системи управління фінансовими ресурсами – найважливішим чинником економічного зростання та розвитку підприємства.

Ефективність управління фінансовими ресурсами потребує науково обґрунтованої системи методів і способів їх формування, розподілу та використання, що зумовлює на сучасному етапі об'єктивну необхідність визначення мети й результатів руху фінансових ресурсів, інструментів, чинників, що впливають на динаміку їхнього кругообігу.

У вітчизняній літературі проблема фінансування корпоративного сектору в умовах реформування економіки спеціально не розроблялась, хоча в публікаціях Бланка І.А., Пойда-Носика Н.Н., Стасюка Г.А., Шевчук Н. розглядались окремі аспекти цієї проблеми.

Важливою передумовою ефективного функціонування підприємств є розробка дієвого управлінського механізму для найповнішої мобілізації та раціонального використання фінансових ресурсів суб'єктів господарювання. Оптимізація процесів формування й використання фінансових ресурсів залежить від системи управління, адже базові механізми їх ефективного функціонування потребують комплексного вирішення зазначених проблем. Для повного аналізу необхідно навести визначення управління фінансами підприємств.

Управління фінансовими ресурсами підприємства - це управління потоками вхідних і вихідних коштів підприємства для формування, розподілу і використання необхідних фінансових ресурсів, максимізації прибутку підприємства, підвищення рентабельності та платоспроможності [1, с. 384].

Нераціональне використання фінансових ресурсів призводить до низької платоспроможності і, як наслідок, до можливих перебоїв у постачанні виробництва й реалізації продукції, невиконання плану прибутку від операційної діяльності, збільшення відсотків за банківський кредит, зростання економічних санкцій за рахунок прибутку, що залишається в розпорядженні підприємства. Кожне підприємство намагається досягти стабільного фінансового стану, тобто створити достатній обсяг фінансових ресурсів, що є гарантом своєчасності розрахунків з постачальниками, бюджетом та іншими ланками фінансової системи, подальшого економічного та соціального розвитку підприємства. Одна з найважливіших характеристик фінансового стану підприємства – це забезпечення стабільності його діяльності в майбутньому. Вона пов'язана із загальною фінансовою структурою підприємства, його залежністю від кредиторів та інвесторів.

Метою оцінки фінансового стану підприємства є виявлення проблем його функціонування, розробка та реалізація заходів, направлених на швидке відновлення платоспроможності, та достатнього рівня фінансової стійкості, а також встановлення можливості підприємства продовжувати свою господарську діяльність, яка забезпечить прибутковість і зростання виробничого потенціалу.

Для оцінки фінансового стану підприємства важливим є визначення самого поняття фінансовий стан підприємства. Існує безліч трактувань цього поняття. Пропозиції науковців щодо визначення поняття фінансовий стан зводяться переважно до трактування з урахуванням кількох окремих елементів фінансового стану підприємства, які не повністю його характеризують.

За сучасних умов господарювання підприємств важливим є врахування поряд с такими елементами як платоспроможність, фінансова стійкість, ділова активність, що визначається, зокрема, ефективністю оборотних коштів, прибутковістю підприємства, таких як потенціал формування та повнота використання фінансових ресурсів, збалансування грошових потоків і рівень фінансового ризику [2, с. 460].

Не можна однозначно погодитися з визначенням поняття, яке пропонується у «Великому економічному словнику», оскільки фінансовий стан характеризується структурою активів і пасивів без їхнього порівняння, яке здійснюється при складанні балансу ліквідності. Визначення, за думкою таких авторів, як Г.Л. Вознюк, А.Г. Загородній, Т.С. Смовженко, обмежується лише наявністю фінансових ресурсів, здійснення грошових розрахунків вказує тільки на рух грошових коштів у процесі нормальної господарської діяльності.

Учені Н.А. Русак та В.А. Русак у своїх наукових публікаціях дещо розширюють сутність поняття фінансового стану підприємства, але фінансовий стан не може характеризуватися тільки такими елементами, як платоспроможність і фінансова стійкість.

Особливість визначення Г.В. Савицької полягає в тому, що автор визнає фінансовий стан економічною категорією та підкреслює, що вона відображає стан капіталу в процесі його кругообігу та здатність підприємства до саморозвитку саме на фіксований момент часу, адже далі ситуація може бути іншою.

Доволі вагомим, але дещо суперечливим є визначення фінансового стану підприємства, що наводять М.Г. Чумаченко та інші, адже слід зауважити, що фінансовий стан підприємства – це не показник або сукупність показників, за допомогою яких він лише кількісно вимірюється.

Аналізуючи точки зору науковців щодо визначення фінансового стану підприємства як статичного та динамічного поняття, можна зазначити, що його сутність проявляється як у статичі, тобто на певний момент часу, так і в динаміці, тобто в характеристиці діяльності підприємства у визначеному періоді.

У наведених визначеннях поняття фінансовий стан трактується як здатність підприємства розвиватися на чітко фіксований момент часу, що спричиняє невизначеність розвитку в майбутньому, тобто більшість науковців фінансовий стан розглядають як статичний. Поняття фінансового стану визначалося на основі узагальнення дефініцій, що дозволило представити його як комплексну оцінку результату взаємодії елементів фінансово-економічних відносин, яка є похідною від обсягів наявних фінансових ресурсів, їхнього розміщення та якості використання [3, с. 540; 4, с. 268].

Аналіз фінансового стану підприємства показує, за якими конкретними напрямками потрібно проводити аналітичну роботу, дає можливість виявити найважливіші аспекти та найслабкіші позиції у фінансовому стані певного підприємства. Згідно з цим, результати фінансового аналізу дають відповіді на запитання, які найважливіші засоби слід застосовувати для поліпшення фінансового стану конкретного підприємства в конкретний період його діяльності.

Основними завданнями аналізу фінансового стану є:

- дослідження рентабельності та фінансової стійкості підприємства;
- дослідження ефективності використання майна (капіталу) підприємства, забезпечення підприємства власними оборотними коштами;
- об'єктивна оцінка динаміки та стану ліквідності, платоспроможності та фінансової стійкості підприємства;
- оцінка становища суб'єкта господарювання на фінансовому ринку та кількісна оцінка його конкурентоспроможності;
- аналіз ділової активності підприємства та його становища на ринку цінних паперів;
- визначення ефективності використання фінансових ресурсів. Аналіз фінансового стану підприємства є необхідним етапом для розробки планів і прогнозів фінансового оздоровлення підприємств [5, с. 592-595].

Кредитори й інвестори аналізують фінансовий стан підприємств, щоб мінімізувати свої ризики за позиками та внесками, а також для необхідного диференціювання відсоткових ставок. У результаті фінансового аналізу менеджер одержує певну кількість основних, найбільш інформативних параметрів, які дають об'єктивну та точну картину фінансового стану підприємства. При цьому в ході аналізу менеджер може ставити перед собою різні цілі: аналіз поточного фінансового стану або оцінку фінансової перспективи підприємства.

Аналіз фінансового стану – це частина загального аналізу господарської діяльності підприємства, який складається з двох взаємозв'язаних розділів: фінансового та управлінського аналізу. Розподіл аналізу на фінансовий та управлінський зумовлений розподілом системи

бухгалтерського обліку, яка склалася на практиці, на фінансовий та управлінський облік. Обидва види аналізу взаємозв'язані, мають спільну інформаційну базу [4, с.268].

Для вирішення проблеми фінансової нестабільності підприємства необхідно розглянути основні етапи ефективного управління фінансовими ресурсами підприємств:

- виявлення та формулювання проблеми чи задачі управління фінансовими ресурсами підприємств;
- прийняття управлінського рішення щодо використання фінансових ресурсів та його реалізація;
- аналіз ефективності прийнятого рішення.

На сьогоднішній день, існує повноцінна система управління фінансовими ресурсами підприємства, які залежать від стадій їх кругообігу: трансформації фінансових ресурсів у капітал, розподілу джерел фінансових ресурсів, трансформації грошового капіталу у матеріально-продуктивну форму, реалізації вартісного еквівалента виготовленої продукції.

Ефективність комплексного фінансового аналізу та адекватність кінцевих результатів поставленим завданням забезпечується доцільністю вибору інструментарію та обґрунтованістю такого вибору.

Інструментарій, який може бути використаний виконавцем комплексного аналізу для обробки вхідної фінансової інформації, можна об'єднати у три групи:

- 1) ранжирування фінансових показників і коефіцієнтів;
- 2) розрахунок інтегрального показника фінансового стану підприємства – об'єкта дослідження;
- 3) порівняння розрахункових показників з еталонними величинами.

Виділяють ряд вимог до організації проведення комплексної оцінки фінансового стану підприємства:

а) методологічна база комплексного аналізу має ґрунтуватися на таких методиках, які давали б можливість в обмежені терміни оцінити фінансовий стан суб'єктів господарювання;

б) залежно від поставленого завдання щодо організації комплексної оцінки фінансового стану конкретного підприємства необхідно визначитись з оптимальною базою для порівняння значень аналітичних індикаторів – значень фінансових показників (середньогалузеві значення показників; показники фінансово-господарської діяльності підприємств, які є лідерами в галузі; певні нормативні значення фінансових показників відповідно до законодавчих і внутрішніх нормативних документів);

в) потрібно забезпечити формування групи показників, які в своїй сукупності відповідали б вимогам комплексної характеристики поточного стану підприємства і перспектив його подальшого розвитку;

Таким чином, комплексну оцінку фінансового стану необхідно проводити у відповідності до визначеної на підприємстві методики та використовуючи систему показників.

Висновки

Отже, побудова ефективної системи управління фінансовими ресурсами під час кризових явищ неможлива без розробки фінансової стратегії та її адаптації відповідно до змін зовнішнього середовища.

Шляхи реалізації завдань управління фінансовими ресурсами мають визначатися фінансовою політикою підприємства залежно від конкретних умов та особливостей діяльності кожного суб'єкта господарювання. Нестабільна ринкова ситуація демонструє неспроможність багатьох підприємств ефективно управляти фінансовими ресурсами, в наслідок чого нераціональна фінансова стратегія негативно впливає на фінансові показники підприємства та робить його збитковим. Такі проблеми можуть торкатися як суб'єктів малого та середнього бізнесу, так і представників великих організацій,

адже управління фінансовими ресурсами є основною складовою діяльності господарської одиниці при виході на ринок та для забезпечення конкурентоспроможності кожного підприємства окремо.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Поддєрьогін. Фінанси підприємств: Підручник [Текст] / Під ред. А. М. Поддєрьогіна // - 2-ге вид., перероб. і доп. - К. : КНЕУ, 2005. - 384с.
2. Фінанси підприємств : підручник / за ред. А.М. Поддєрьогіна. – К. : КНЕУ, 2002 – 460 с.
3. Економічний аналіз : навч. посіб. / М.А. Болюх, В.З. Бурчевський, М.І. Горбатов ; за ред. М.Г. Чумаченко. – К. : КНЕУ, 2001. – 540 с.
4. Терещенко О.О. Антикризове фінансове управління на підприємстві : моногр. / О.О. Терещенко. – К. : КНЕУ, 2004. – 268 с.
5. Оборська С.В. Концептуальні засади формування системи антикризового управління промисловим підприємством / С.В. Оборська // Пробл. економіки та упр. : Вісн. Нац. ун-ту «Львів. Політехніка». – 2008. – № 628. – 592-595 с.
6. Терещенко О.О. Антикризове фінансове управління на підприємстві : моногр. / О.О. Терещенко. – К. : КНЕУ, 2004. – 268 с.

Траченко Крістіна Русланівна – студентка групи МОф-13, факультету менеджменту, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: trachenkok@gmail.com

Науковий керівник: **Фурик Василь Григорович** – кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансів, Вінницький національний технічний університет м. Вінниця

Trachenko Kristina Ryslanivna - student MOF-13, Faculty of Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: trachenkok@gmail.com

Supervisor: Vasily G.Furyk, Candidate of Economic Sciences, professor Department of Finance., Vinnitsa National Technical University. Vinnitsa

МОДЕЛІ ТА МЕТОДИ ЗАХИСТУ ЛЮДИНИ ТА СУСПІЛЬСТВА ВІД НЕГАТИВНОГО ІНФОРМАЦІЙНОГО ВПЛИВУ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

В доповіді проаналізовано існуючі моделі та методи захисту людини та суспільства від негативного інформаційного впливу та виділено їх недоліки. Подано авторську модель людини, яка дозволяє ефективно та адекватно моделювати діяльність індивіда, комунікації індивідів, ієрархічні соціальні системи тощо. Детально подано розроблені автором моделі та методи захисту людини та суспільства від негативного інформаційного впливу.

Ключові слова: інформація, вплив, захист, людина, суспільство, метод, модель.

Abstract

The report analyzes the existing models and methods for protection of individuals and society from the negative impact of information and highlighted their shortcomings. There is author's model of a man, who can effectively and adequately simulate the activity of person, communications of persons, hierarchical social systems et al. The developed author's models and methods to protect of persons and society from the negative information influence are presented.

Keywords: information, impact, protection, human, society, method, model.

Вступ

Сьогодні зростає кількість каналів інформаційного впливу на людину з боку людини та інтелектуальних інформаційних систем. Переважно зростає кількість каналів та факторів, які впливають не тільки на раціональне, але й на емоційне сприйняття реальності людиною. Людина та суспільство знаходиться під зростаючим інформаційним впливом з боку інших людей, інтелектуальних інформаційних систем, ЗМІ, Інтернету, гаджетів мобільних пристроїв тощо.

В сучасних моделях та методах захисту людини та суспільства використовуються, як правило, тільки особистісні інформаційні характеристики, що характеризують конкретну людину, відокремлюючи її від інших. Разом із тим перспективним є створення такої множини інформаційних характеристик людини, які були б характерними для широкого і коректно визначеного кола осіб. Більш того, бажано, щоб такі характеристики мали об'єктивний характер, тобто описували реальну діяльність людини, а не її суб'єктивні переживання.

Метою доповіді є подання розроблених автором моделей та методів захисту людини та суспільства від негативного інформаційного впливу.

Результати дослідження

В доповіді висвітлено такі питання.

1. Здійснено аналіз існуючих моделей та методів захисту людини та суспільства від негативного інформаційного впливу. Показано, що існуючі моделі та методи базуються на методах менеджменту [1-6], теорії ігор [7]. В існуючих моделях та методах захисту інформації людина, соціальні групи та суспільство розглядаються виключно в якості об'єктів [4,7,8], формалізація яких є недостатньою.

2. Подано авторську модель людини, яка дозволяє ефективно та адекватно моделювати діяльність індивіда, комунікації індивідів, ієрархічні соціальні системи тощо [9-14].

3. Детально подано розроблені автором моделі та методи захисту людини та суспільства від негативного інформаційного впливу.

Висновки

Проаналізовано існуючі моделі та методи захисту людини та суспільства від негативного інформаційного впливу та виділено їх недоліки. Подано авторську модель людини, яка дозволяє

ефективно та адекватно моделювати діяльність індивіда, комунікації індивідів, ієрархічні соціальні системи тощо. Детально подано розроблені автором моделі та методи захисту людини та суспільства від негативного інформаційного впливу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Небава М. І. Теорія корпоративного управління: вузлові питання / М. І. Небава. – К. : ЦНЛ, 2004. – 295 с.
2. Небава М. І. Перехідні стани макроекономічних процесів в економіках транзитивного типу та їх регулювання / М. І. Небава, О. В. Стрелюк // Проблеми науки. – № 9(165). – 2014. – С.18-29.
3. Небава М. І. Соціальне відторгнення в контексті формування соціальної політики людського розвитку / М. І. Небава // Теорії мікро-макроекономіки: Збірник наукових праць. Академія муніципального управління. Випуск 38. – Київ. – 2012. – С. 125-136.
4. Ожиганова М. І. Управління персоналом / М. І. Ожиганова, В. О. Хорошко, Ю. Є. Яремчук, В. В. Карпінєць. – Вінниця : ВНТУ. – 188 с.
5. Мороз О. В. Регулювання міжособової взаємодії в колективах / О. В. Мороз, Л. О. Нікіфорова // Економічний простір : Збірник наукових праць. – Дніпропетровськ : ПДАБА, 2008. – No 2. – С. 164–172.
6. Журко Т. О. Механізми управління функціями корисності інвестора та підприємства в машинобудуванні / Т. О. Журко, Л. О. Нікіфорова, А. А. Шиян // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». «Логістика». – 2010. – №690. – С.260-264.
7. Шиян А. А. Управління формуванням ефективних економічних інститутів для України / А. А. Шиян, Л. О. Нікіфорова. – Вінниця: ВНТУ, 2011. – 300 с.
8. Яремчук Ю. Є. Метод асиметричного шифрування інформації на основі рекурентних послідовностей / Ю. Є. Яремчук // Сучасна спеціальна техніка. – 2012. – №4. – С.79-87.
9. Shiyani A. A. Management Technologies for Higher Level Officers, Presidents, Prime-Ministers and Parliamentarians / A. A. Shiyani // Political Behavior: Cognition, Psychology, & Behavior eJournal. – 2012. – V. 6, Issue 7. – 581 p. Available at SSRN: <http://ssrn.com/abstract=1936165> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1936165>.
10. Взятыйшев В. Ф. Социальные технологии работы со знаниями и информацией: в классе, в аудитории, в сети / В. Ф. Взятыйшев, В. В. Анненков, Дж. Питт, А. А. Шиян // Bulletin of the Ukrainian Branch of the International Higher Educational Academy of Sciences. – Киев: Изд. Центр МНТУ, 2003. – №1(1). – С.119-136.
11. Взятыйшев В.Ф., Технологическое и Научное Образование на протяжении всей жизни: соответствие проблемам сбалансированного развития России в XXI-м веке / В. Ф. Взятыйшев, В. В. Анненков, А. Д. Богданов, А. А. Шиян та інші // Известия МАН ВШ. – 2003. – №1 (23). – с.19-34.
12. Shiyani A. A. Types of Economic Behavior: The Instrument for Management of Individuals, Institutions, Countries and Humankind / A. A. Shiyani, L. O. Nikiforova // Forecasting Models eJournal. – 2011. – V. 4, Issue 24. – 22 p. Available at SSRN: <http://ssrn.com/abstract=1952651> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1952651>.
13. Шиян А. А. О роли коммуникантов в обеспечении психологического комфорта: от стресса к суициду / А. А. Шиян // Прикладная психология. – 2000. – № 4. – С.67-79.
14. Шиян А. А., Модель та метод підвищення інформаційно-психологічної захищеності соціальної групи та суспільства від корупції в умовах України / А. А. Шиян, Н. В. Ляховченко, В. О. Леонтєв, В. В. Сінюгін // Сучасний захист інформації. – 2015. – №3. – С.28-34.

Анатолій Антонович Шиян – канд. фіз. – мат. наук, професор кафедри менеджменту та безпеки інформаційних систем, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Anatoliy A Shiyani – Cand. Sci. (Physics), Professor of Department of Management and Information Systems Protection, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.

МЕТОД ВИЗНАЧЕННЯ РІВНЯ ВИКОНАННЯ ВИМОГ ІЗ ЗАХИСТУ ІНФОРМАЦІЇ СПІВРОБІТНИКАМИ ПІДПРИЄМСТВА

Вінницький національний технічний університет

Анотація

В доповіді представлено метод визначення рівня виконання вимог із захисту інформації співробітниками підприємства.

Ключові слова: інформація, захист, співробітник, підприємство, метод.

Abstract

The report describes the method of determining the level of information security implementation in company's employees.

Keywords: information, protection, employee, company, method.

Вступ

Сучасні методи захисту інформації на підприємстві вимагають чіткого та однозначного виконання співробітниками заданих вимог. Рівень виконання цих вимог всіма співробітниками вважається однаковим. Разом із тим, існує ряд експериментальних фактів, які свідчать про відхилення діяльності із захисту інформації співробітниками від «ідеального». Достатньо для прикладу назвати лише WikiLeaks.

Таким чином, задача щодо розробки методу визначення рівня виконання вимог із захисту інформації співробітниками підприємства має високий рівень актуальності.

Результати дослідження

В доповіді здійснено аналіз існуючих наукових результатів щодо сприйняття та переробки інформації людиною та соціальними групами (див. [1-7] та посилання там). Розглянуто показники, які є перспективними для використання в пропонованому методі [8,9]. Проаналізовано вплив соціального середовища на діяльність співробітників із захисту інформації [10-13].

За результати аналізу в доповіді подано метод визначення рівня виконання вимог із захисту інформації співробітниками підприємства, який може бути інтегрований з існуючими методами захисту людини та соціальної групи [14-16].

Висновки

Представлено метод визначення рівня виконання вимог із захисту інформації співробітниками підприємства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Шиян А. А. Теоретико-ігровий аналіз раціональної поведінки людини та прийняття рішень в управлінні соціально-економічними системами / А. А. Шиян. – Вінниця: УНІВЕРСУМ-Вінниця, 2009. – 404 с.
2. Shiyani A. A. Technologies for HR-Managers: Typology for Person's Economic Behavior, Applications and Mechanism Design / A. A. Shiyani // Labor: Personnel Economics eJournal. – 2011. – V. 3, Issue 70. – 373 p. Available at SSRN: <http://ssrn.com/abstract=1827706> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1827706>.
3. Shiyani A. A. Management Technologies for Higher Level Officers, Presidents, Prime-Ministers and Parliamentarians / A. A. Shiyani // Political Behavior: Cognition, Psychology, & Behavior eJournal. – 2012. –

V. 6, Issue 7. – 581 p. Available at SSRN: <http://ssrn.com/abstract=1936165> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1936165>.

4. Взятыхшев В. Ф. Социальные технологии работы со знаниями и информацией: в классе, в аудитории, в сети / В. Ф. Взятыхшев, В. В. Анненков, Дж. Питт, А. А. Шиян // Bulletin of the Ukrainian Branch of the International Higher Educational Academy of Sciences. – Киев: Изд. Центр МНТУ, 2003. – №1(1). – С.119-136.

5. Взятыхшев В.Ф., Технологическое и Научное Образование на протяжении всей жизни: соответствие проблемам сбалансированного развития России в XXI-м веке / В. Ф. Взятыхшев, В. В. Анненков, А. Д. Богданов, А. А. Шиян та інші // Известия МАН ВШ. – 2003. – №1 (23). – с.19-34.

6. Shiyani A. A. Types of Economic Behavior: The Instrument for Management of Individuals, Institutions, Countries and Humankind / A. A. Shiyani, L. O. Nikiforova // Forecasting Models eJournal. – 2011. – V. 4, Issue 24. – 22 p. Available at SSRN: <http://ssrn.com/abstract=1952651> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1952651>.

7. Шиян А. А. О роли коммуникантов в обеспечении психологического комфорта: от стресса к суициду / А. А. Шиян // Прикладная психология. – 2000. – № 4. – С.67-79.

8. Шиян А. А. Метод обрахунку ефективності спільної економічної діяльності людей на основі теоретико-ігрового моделювання / А. А. Шиян, Л. О. Нікіфорова // Вестник национального технического университета «ХПИ». – 2008. – № 54(2). – С.10-13.

9. Мороз О. В. Соціально-психологічні чинники мотивування працівників приладобудівних підприємств / О. В. Мороз, Л. О. Нікіфорова, А. А. Шиян. – Вінниця: ВНТУ, 2011. – 252 с.

10. Шиян А. А. Управління формуванням ефективних економічних інститутів для України / А. А. Шиян, Л. О. Нікіфорова. – Вінниця: ВНТУ, 2011. – 300 с.

11. Shiyani A. A. Typology of Institutions - Theory: Classification of Institutions via the Methods for Transmission and Modification of Knowledge / A. A. Shiyani, L. O. Nikiforova // New Institutional Economics eJournal. – 2013. – V. 5, Issue 4. – 26 p. Available at SSRN: <http://ssrn.com/abstract=2196300> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2196300>.

12. Нікіфорова Л. О. Моделювання вибору оптимального методу протидії загрозам інформаційній безпеці / Л. О. Нікіфорова, Ю. Є. Яремчук, А. А. Шиян // Реєстрація, зберігання і обробка даних. – 2014. – Т.16, №4. – С.28-33.

13. Shiyani A. A. On the Problem of Elaboration of New Criteria for Control of Hierarchical Socio-Economic Systems / A. A. Shiyani // Journal of Automation and Information Sciences. – 1998. – Issue 4-5. – P.216-225.

14. Шиян А. А. Метод захисту людини від негативного інформаційно-психологічного впливу на основі типології діяльності / А. А. Шиян // Інформаційна безпека. – 2014. – №3(15). – С.92-99.

15. Шиян А. А. Метод захисту неструктурованої соціальної групи від негативного інформаційно-психологічного впливу на основі типів діяльності людини / А. А. Шиян // Інформаційна безпека. – 2014. – №4(16). – С.169-175.

16. Яремчук Ю. Є. Метод оптимізації діяльності неструктурованої групи експертів в умовах ліквідації надзвичайних ситуацій / Ю. Є. Яремчук, Л. О. Нікіфорова, А. А. Шиян // Реєстрація, зберігання і обробка даних. – 2015. – Т.17, №4. – С.59-70.

Беляєв Олександр Юрійович – студент групи УБ-12, кафедра менеджменту та безпеки інформаційних систем, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Науковий керівник: **Шиян Анатолій Антонович** – канд. фіз. – мат. наук, професор кафедри менеджменту та безпеки інформаційних систем, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Alexander Belyaev – student of group UB-12, Department of Management and Information Systems Protection, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia,

Supervisor: **Shiyani Anatoliy A.** – Cand. Sci. (Physics), Professor of Management and Information Systems Protection, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.

СИСТЕМОЛОГІЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ СУБ'ЄКТІВ ЗАХИСТУ ІНФОРМАЦІЇ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

В доповіді здійснено системологічний аналіз взаємодії суб'єктів захисту інформації. Враховано класифікації організованого соціального середовища, а також класифікації діяльності людини та множини людей в соціальній групі. Виділено характеристики для виділення системологічних класів в реальних ситуаціях.

Ключові слова: системологія, аналіз, суб'єкт, інформація, захист.

Abstract

The report describes systemology analysis of the subjects interaction of information security. The classification of organized social environment and classification of human activities and the set of people in a social group are used. The characteristics for selection of systemology classes in real situations are described.

Keywords: systemology, analysis, subject, information, security.

Вступ

Сучасні моделі та методи захисту інформації включають в себе взаємодію двох різних множин: множину суб'єктів та множину об'єктів захисту інформації. Саме формалізація взаємодії цих двох множин і складає смисл відповідних моделей та методів. Однак взаємодії суб'єктів між собою все ще відсутня достатня формалізація. Більш того: задача про формування системологічного опису суб'єктів захисту інформації зберігає свою актуальність і сьогодні.

Метою доповіді є системологічне дослідження суб'єктів захисту інформації.

Результати дослідження

Доповідь базується на моделі [1], в рамках якої встановлено можливі варіанти взаємодії суб'єктів в задачах захисту інформації. Здійснено порівняльний аналіз методів захисту людини та соціальної групи [2-6]. Враховано класифікації структурованого соціального середовища [7-9], а також класифікації діяльності як окремої людини, так і двох та більшої кількості людей [10,11]. Здійснено системний аналіз характеристик для виділення окремих системологічних класів в реальних ситуаціях [12-16].

Висновки

Здійснено системологічний аналіз взаємодії суб'єктів захисту інформації. Враховано класифікації організованого соціального середовища, а також класифікації діяльності людини та множини людей в соціальній групі. Виділено характеристики для виділення системологічних класів в реальних ситуаціях.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Шиян А. А. Моделі взаємодії суб'єктів в задачах інформаційної безпеки / А. А. Шиян, В. В. Сінюгін, В. О. Леонтєв, Н. В. Ляховченко // Інформаційна безпека. – 2014. – №1(13). – С.94-99.
2. Шиян А. А. Метод захисту людини від негативного інформаційно-психологічного впливу на основі типології діяльності / А. А. Шиян // Інформаційна безпека. – 2014. - №3(15). – С.92-99.
3. Шиян А. А. Метод захисту неструктурованої соціальної групи від негативного інформаційно-психологічного впливу на основі типів діяльності людини / А. А. Шиян // Інформаційна безпека. – 2014. - №4(16). – С.169-175.
4. Яремчук Ю. Є. Метод оптимізації діяльності неструктурованої групи експертів в умовах ліквідації надзвичайних ситуацій / Ю. Є. Яремчук, Л. О. Нікіфорова, А. А. Шиян // Реєстрація, зберігання і обробка даних. – 2015. – Т.17, №4. – С.59-70.

5. Шиян А. А. Модель процесу просторового розповсюдження суспільної думки в задачах управління інформаційною безпекою / А. А. Шиян, Ю. Є. Яремчук, Л. О. Нікіфорова, В. В. Сінюгін // Сучасний захист інформації. – 2015. – №2. – С.34–39.
6. Шиян А. А. Метод оцінювання ефективності економічної діяльності колективу підприємства на основі інтегральних показників / А. А. Шиян, Л. О. Нікіфорова // Економічний простір: Збірник наукових праць. – №17. – Дніпропетровськ: ПДАБА, 2008. – С.157-165.
7. Шиян А. А. Управління формуванням ефективних економічних інститутів для України / А. А. Шиян, Л. О. Нікіфорова. – Вінниця: ВНТУ, 2011. – 300 с.
8. Shiyana A. A. Typology of Institutions – Theory: Classification of Institutions via the Methods for Transmission and Modification of Knowledge / A. A. Shiyana, L. O. Nikiforova // New Institutional Economics eJournal. – 2013. – V. 5, Issue 4. – 26 p. Available at SSRN: <http://ssrn.com/abstract=2196300> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2196300>.
9. Shiyana A. A. Management Technologies for Higher Level Officers, Presidents, Prime-Ministers and Parliamentarians / A. A. Shiyana // Political Behavior: Cognition, Psychology, & Behavior eJournal. – 2012. – V. 6, Issue 7. – 581 p. Available at SSRN: <http://ssrn.com/abstract=1936165> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1936165>.
10. Shiyana A. A. Types of Economic Behavior: The Instrument for Management of Individuals, Institutions, Countries and Humankind / A. A. Shiyana, L. O. Nikiforova // Forecasting Models eJournal. – 2011. – V. 4, Issue 24. – 22 p. Available at SSRN: <http://ssrn.com/abstract=1952651> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1952651>.
11. Шиян А. А. О роли коммуникантов в обеспечении психологического комфорта: от стресса к суициду / А. А. Шиян // Прикладная психология. – 2000. – № 4. – С.67-79.
12. Нікіфорова Л. О. Моделювання вибору оптимального методу протидії загрозам інформаційній безпеці / Л. О. Нікіфорова, Ю. Є. Яремчук, А. А. Шиян // Реєстрація, зберігання і обробка даних. – 2014. – Т.16, №4. – С.28-33.
13. Shiyana A. A. On the Problem of Elaboration of New Criteria for Control of Hierarchical Socio-Economic Systems / A. A. Shiyana // Journal of Automation and Information Sciences. – 1998. – Issue 4-5. – P.216-225.
14. Нікіфорова Л. О. Метод розрахунку рівня вмотивованості співробітників щодо збереження конфіденційності інформації в задачах інформаційної безпеки / Л. О. Нікіфорова // Інформаційна безпека. – 2014. – №4(16). – С.175-182.
15. Нікіфорова Л. О. Узагальнена модель оцінки рівня вмотивованості агентів загроз в задачах забезпечення безпеки об'єктів на мікро та макрорівнях / Л. О. Нікіфорова // Сучасний захист інформації. – 2015. – №4. – С.71–76.
16. Мороз О. В. Регулювання міжособової взаємодії в колективах / О. В. Мороз, Л. О. Нікіфорова // Економічний простір : Збірник наукових праць. – Дніпропетровськ : ПДАБА, 2008. – № 2. – С. 164–172.

Ольга Салиева – студент групи КІН-15, кафедра менеджменту та безпеки інформаційних систем, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Науковий керівник: **Анатолій Антонович Шиян** – канд. фіз. – мат. наук, професор кафедри менеджменту та безпеки інформаційних систем, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Olga Salieva – student of group KIN-15, Department of Management and Information Systems Protection, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia,

Supervisor: **Shiyana Anatoliy A.** – Cand. Sci. (Physics), Professor of Management and Information Systems Protection, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.

ВИРІШЕННЯ ПРОБЛЕМ ЗАХИСТУ ЕЛЕКТРОННИХ ПЛАТІЖНИХ СИСТЕМ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Запропоновано заходи стосовно вирішення проблеми захисту електронних платіжних систем. Проаналізовано принцип роботи основних платіжних систем світу та України і враховано їхні особливі та спільні методи обігу фінансів. Розкрито існуючі вимоги до подібних систем та засоби їх захисту, подальший розвиток.

Ключові слова: платежі, захист електронних платіжних систем.

Abstract

Proposed measures to address the problem of secure electronic payment systems. Analyzed the basic principle of the payment systems of the world and Ukraine and take into account their specific and common methods of treatment of finance. Reveals the existing requirements for such systems and means for their protection and their further development.

Keywords: payments, the protection of electronic payment systems.

Вступ

У сучасному світі електронні платіжні системи все більше стають популярними. Розвинені країни досить активно користуються перевагами електронних коштів. Найбільш популярною світовою платіжною системою є PayPal, яка розпочала свою роботу ще з 2000 року і функціонує в 203 країнах світу. Також можна відзначити інші платіжні системи, а саме E-gold, Perfect Money, AlertPay, Google Wallet, Moneybookers та інші.

Стосовно платіжних систем в Україні, на даний момент, не надто розповсюджений спосіб обігу коштів. В країні функціонують такі основні платіжні системи: WebMoney (ВебМані), Qiwi, RBK Money, PayCash. Також в Україні створена своя платіжна система Інтернет.Гроші.

Усі платіжні електронні системи об'єднує майже однаковий принцип дії.

Основними проблемами в електронних платіжних системах є безпека платежів, не досконала інфраструктура платіжних терміналів та банкоматів, питання технічної і організаційної безпеки.

Розрізняють основні платіжні операції: банківські та поштові перекази, перерахування з рахунку на рахунок, платежі Смарт-картами, платежі електронними чеками. При здійсненні цих операцій повинна дотримуватися доступність, конфіденційності, оперативності і найголовніше безпека.

Результати дослідження

Електронна платіжна система включає систему безготівкових розрахунків, укладання контрактів та переказу грошей між продавцями і покупцями, банками та їх клієнтами за допомогою засобів електронної комунікації із застосуванням засобів кодування інформації і її автоматичної обробки [1].

Розвиток і застосування електронних платежів науково досліджують багато вчених [2]. Майже всі електронні платіжні системи мають (імітують) власні електронні кошти, які еквівалентні справжнім. Платіжна система складається з кількох самостійних систем, таких як: системи «клієнт-банк»; внутрішньобанківські платіжні системи; системи міжбанківських розрахунків; системи масових платежів.

Для підвищення безпеки електронних платежів необхідно:

- 1) Покращити взаємозв'язок між національною та міжнародною платіжною системою із забезпеченням їхнього захисту.
- 2) Вдосконалити систему моніторингу.
- 3) Забезпечення автентифікації модифікованим методом.
- 4) Підвищити можливість контролю за обігом електронних коштів.
- 5) Децентралізувати електронні платежі, що дозволить проводити грошові операції без фінансо-

вих організацій (тобто відправка транзакцій (разом з міткою часу мережі) у вигляді важко обчислюваних хеш-послідовностей, які формують запис).

У будь-якому випадку, проблема захисту і безпосереднього впровадження електронних платіжних систем в Україні потребує уваги і модернізації підходів. Лише комплексні заходи захисту дозволять зменшити ризик неправомірних дій у платіжних системах.

Висновки

Для того щоб вирішити проблеми захисту електронних платіжних систем, необхідно впровадити запропоновану низку заходів. А також забезпечити організаційний та правовий захист.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Закон України «Про платіжні системи і переказ грошей в Україні» від 05.04.01 р. N 2346-III. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2346-14>
2. Вовчак. О. Д. Платіжні системи: навч. посібн. / О.Д.Вовчак, Г.Є.Шпаргало, Т.Я.Андрейків. – К.: Знання, 2008. – 341 с.

Коломієць Марія Володимирівна — студентка групи УБ-12, факультет менеджменту, кафедра менеджменту та безпеки інформаційних систем, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: Mary_Kolom@meta.ua;

Науковий керівник: **Яремчук Юрій Євгенович** — доктор технічних наук, професор кафедри менеджменту та безпеки інформаційних систем, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Kolomiets MariavV. — Department of Management and Information Systems Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, email : Mary_Kolom@meta.ua;

Supervisor: **Yaremchuk Yuri E.** — Dr. Sc. (Eng.), Professor Department of Management and Information Systems Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.

АНАЛІЗ МОЖЛИВИХ ЗАГРОЗ ІНДИВІДУ З БОКУ КОМУНІКАНТІВ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

В доповіді проаналізовано сучасний стан загроз індивіду від його комунікантів у соціальних мережах та запропоновано використати визначений клас моделей і методів для його захисту.

Ключові слова: загроза, захист, соціальна мережа, індивід, комунікант.

Abstract

The report analyzes the current state of threats from communicators in social networks and suggests to use a specified class of models and methods to protect of a person.

Keywords: danger, protection, social network, person, communicant.

Вступ

В сучасних моделях захисту інформації моделювання інформаційної діяльності суб'єкту є найбільш проблемною частиною. Проте сьогодні стає зрозуміло, що вплив одного комуніканта на іншого цілком здатний перевести потенційну загрозу інформаційній безпеці в реальну.

Таким чином, задача щодо аналізу можливих загроз індивіду з боку комунікантів, особливо у соціальних мережах, є вкрай актуальною для сучасної науки.

Результати дослідження

В доповіді проаналізовано модель реалізації загроз індивіду з боку його комунікантів [1], сучасні моделі та методи захисту інформації в соціальних мережах [2-5], об'єктивні характеристики негативного інформаційного впливу [6-12] та зумовлені зовнішнім інституціональним оточенням характеристики комунікації [13,14].

З урахуванням проаналізованого запропоновано використати моделі та методи, розроблені в [15-17], для використання в задачах захисту індивіда від негативного інформаційного впливу з боку його комунікантів у соціальних мережах.

Висновки

Проаналізовано сучасний стан загроз індивіду від його комунікантів у соціальних мережах та запропоновано використати визначений клас моделей і методів для його захисту.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Шиян А. А. Моделі взаємодії суб'єктів в задачах інформаційної безпеки / А. А. Шиян, В. В. Сінюгін, В. О. Леонт'єв, Н. В. Ляховченко // Інформаційна безпека. – 2014. – №1(13). – С.94-99.
2. Шиян А. А. Про один клас мультиагентних мереж для оптимального управління організаційними структурами / А. А. Шиян // Проблеми інформатизації та управління. – 2013. – Вип. 4(44). – С.86-92.
3. Яремчук Ю. Є. Метод розрахунку процесу дифузії інформації в соціально-економічних мережах / Ю. Є. Яремчук, А. А. Шиян, В. М. Заячковський // Вісник національного університету «Львівська політехніка». Інформаційні системи та мережі. – 2014. – № 783. – С.497-504.
4. Шиян А. А. Теорія некооперативних ігор для оптимізації управління виробничими та організаційними структурами / А. А. Шиян // Вісник Черкаського державного технологічного університету. – 2012. – №3. – С.14-16.
5. Шиян А. А. Методи та технології захисту людини від негативного інформаційно-психологічного впливу / А. А. Шиян // Інформаційна безпека. – 2013. – №3(11). – С.98-104.

6. Shiyani A. A. Why Do Inefficient Innovation Institutions Exist in Russia and Ukraine? Mechanisms for Correcting Them / A. A. Shiyani, L. O. Nikiforova // Political Institutions: Non-Democratic Regimes eJournal. – 2012. – V. 5, Issue 8. – 31 p. Available at SSRN: <http://ssrn.com/abstract=1981199> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1981199>.
7. Shiyani A. A. On the Problem of Elaboration of New Criteria for Control of Hierarchical Socio-Economic Systems / A. A. Shiyani // Journal of Automation and Information Sciences. – 1998. – Issue 4-5. – P.216-225.
8. Shiyani A. A. Technologies for HR-Managers: Typology for Person's Economic Behavior, Applications and Mechanism Design / A. A. Shiyani // Labor: Personnel Economics eJournal. – 2011. – V. 3, Issue 70. – 373 p. Available at SSRN: <http://ssrn.com/abstract=1827706> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1827706>.
9. Взятых В. Ф. Социальные технологии работы со знаниями и информацией: в классе, в аудитории, в сети / В. Ф. Взятых, В. В. Анненков, Дж. Питт, А. А. Шиян // Bulletin of the Ukrainian Branch of the International Higher Educational Academy of Sciences. – Киев: Изд. Центр МНТУ, 2003. – №1(1). – С.119-136.
10. Взятых В.Ф., Технологическое и Научное Образование на протяжении всей жизни: соответствие проблемам сбалансированного развития России в XXI-м веке / В. Ф. Взятых, В. В. Анненков, А. Д. Богданов, А. А. Шиян та інші // Известия МАН ВШ. – 2003. – №1 (23). – с.19-34.
11. Shiyani A. A. Types of Economic Behavior: The Instrument for Management of Individuals, Institutions, Countries and Humankind / A. A. Shiyani, L. O. Nikiforova // Forecasting Models eJournal. – 2011. – V. 4, Issue 24. – 22 p. Available at SSRN: <http://ssrn.com/abstract=1952651> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1952651>.
12. Шиян А. А. О роли коммуникантов в обеспечении психологического комфорта: от стресса к суициду / А. А. Шиян // Прикладная психология. – 2000. – № 4. – С.67-79.
13. Шиян А. А. Управління формуванням ефективних економічних інститутів для України / А. А. Шиян, Л. О. Нікіфорова. – Вінниця: ВНТУ, 2011. – 300 с.
14. Shiyani A. A. Typology of Institutions – Theory: Classification of Institutions via the Methods for Transmission and Modification of Knowledge / A. A. Shiyani, L. O. Nikiforova // New Institutional Economics eJournal. – 2013. – V. 5, Issue 4. – 26 p. Available at SSRN: <http://ssrn.com/abstract=2196300> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2196300>.
15. Мороз О. В. Регулювання міжособової взаємодії в колективах / О. В. Мороз, Л. О. Нікіфорова // Економічний простір : Збірник наукових праць. – Дніпропетровськ : ПДАБА, 2008. – № 2. – С. 164–172.
16. Нікіфорова Л. О. Метод розрахунку рівня вмотивованості співробітників щодо збереження конфіденційності інформації в задачах інформаційної безпеки / Л. О. Нікіфорова // Інформаційна безпека. – 2014. – №4(16). – С.175-182.
17. Нікіфорова Л. О. Узагальнена модель оцінки рівня вмотивованості агентів загроз в задачах забезпечення безпеки об'єктів на мікро та макрорівнях / Л. О. Нікіфорова // Сучасний захист інформації. – 2015. – №4. – С.71–76.

Оксана Лавренко – студент групи КІН-15, кафедра менеджменту та безпеки інформаційних систем, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Науковий керівник: **Анатолій Антонович Шиян** – канд. фіз. – мат. наук, професор кафедри менеджменту та безпеки інформаційних систем, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Oksana Labreniyk – student of group KIN-15, Department of Management and Information Systems Protection, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia,

Supervisor: **Shiyani Anatoliy A.** – Cand. Sci. (Physics), Professor of Management and Information Systems Protection, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.

МЕТОД ВИЯВЛЕННЯ ГРУП РИЗИКУ ВИТОКУ ІНФОРМАЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВІ ІЗ ВИКОРИСТАННЯМ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

В доповіді проаналізовано існуючі методи моделювання та захисту інформації в соціальних мережах. Удосконалено метод виявлення груп ризику витоку інформації на підприємстві із використанням соціальних мереж. Розроблено алгоритм та програмний засіб для його реалізації.

Ключові слова: інформація, захист, група ризику, соціальна мережа, метод.

Abstract

The report analyzes the existing methods both for modeling and protection of information in social networks. The method of identifying of the risk groups improves with using of the social networks. The algorithm and software for its implementation are elaborated.

Keywords: information, protection, risk group, social network, method.

Вступ

Співробітники підприємств сьогодні є найбільш ризикованими джерелами витоку конфіденційної інформації. Приклад WikiLeaks, в якій знаходиться декілька мільйонів конфіденційних документів, переконливо це засвідчує. Така ситуація є вкрай загрозливою ще й тому, що співробітники фірм не мали ніякої власної вигоди із оприлюднення конфіденційної документації.

Таким чином, задача розробки методу виявлення груп ризику витоку інформації на підприємстві із використанням соціальних мереж є актуальною науковою та важливою в практичному аспекті.

Результати дослідження

В доповіді здійснено аналіз існуючих наукових результатів моделювання та захисту інформації в соціальних мережах (див. [1-7] та посилання там). Розглянуто сучасні методи кількісного вимірювання рівня відносин в колективі, які є перспективними для виявлення груп ризику витоку інформації [8-11]. Проаналізовано сучасні методи захисту інформації в неструктурованих соціальних групах підприємств [12-14].

На основі роботи [15] удосконалено метод виявлення груп ризику витоку інформації на підприємстві із використанням соціальних мереж, алгоритм та програмний засіб для його реалізації.

Висновки

Проаналізовано існуючі методи моделювання та захисту інформації в соціальних мережах. Удосконалено метод виявлення груп ризику витоку інформації на підприємстві із використанням соціальних мереж. Розроблено алгоритм та програмний засіб для його реалізації.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Шиян А. А. Оптимізація діяльності агентів в інформаційних та телекомунікаційних системах управління виробничими та організаційними структурами / А. А. Шиян // Вісник Хмельницького національного університету. Технічні науки. – 2012. – № 4. – С.149-153.
2. Шиян А. А. Мережева структура управління організаційними системами із фрактальними, голографічними та асоціативними властивостями / А. А. Шиян, О. Н. Романюк // Наукові праці ДонНТУ. Серія «Інформатика, кібернетика та обчислювальна техніка». – 2012. – Вип. 15(203). – С.226-230.

3. Шиян А. А. Про один клас мультиагентних мереж для оптимального управління організаційними структурами / А. А. Шиян // Проблеми інформатизації та управління. – 2013. – Вип. 4(44). – С.86-92.
4. Яремчук Ю. Є. Метод розрахунку процесу дифузії інформації в соціально-економічних мережах / Ю. Є. Яремчук, А. А. Шиян, В. М. Заячковський // Вісник національного університету «Львівська політехніка». Інформаційні системи та мережі. – 2014. – № 783. – С.497-504.
5. Шиян А. А. Ієрархічні онтології для автоматизації управління організаційними структурами / А. А. Шиян // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Теплоенергетика. Інженерія довкілля. Автоматизація. – 2014. – №792. – С. 32-36.
6. Яремчук Ю. Є. Підхід до формування ієрархічних класифікацій методів захисту телекомунікаційних мереж від негативного впливу / Ю. Є. Яремчук, А. А. Шиян // Вимірювальна та обчислювальна техніка в технологічних процесах. – 2014. – № 4. – С.226-230.
7. Шиян А. А. Модель та методи захисту структурованої соціальної групи від негативного інформаційно-психологічного впливу / А. А. Шиян, Ю. Є. Яремчук // Захист інформації. – 2014. – Т.16, №4. – С.311-317.
8. Мороз О. В. Регулювання міжособової взаємодії в колективах / О. В. Мороз, Л. О. Нікіфорова // Економічний простір : Збірник наукових праць. – Дніпропетровськ : ПДАБА, 2008. – No 2. – С. 164–172.
9. Мороз О. В. Соціально-психологічні чинники мотивування працівників приладобудівних підприємств / О. В. Мороз, Л. О. Нікіфорова, А. А. Шиян. – Вінниця: ВНТУ, 2011. – 252 с.
10. Шиян А.А., Нікіфорова Л.О. Метод оцінювання ефективності економічної діяльності колективу підприємства на основі інтегральних показників // Економічний простір: Збірник наукових праць. – №17. – Дніпропетровськ: ПДАБА, 2008. – С.157-165.
11. Яремчук Ю.Є. Модель визначення рівня ефективності виконання спільного проекту в мережевих Web-ресурсах на основі комунікативних показників / Ю. Є.Яремчук, Л. О.Нікіфорова, А. А. Шиян, В. Х. Касіяненко // Інформатика та математичні методи в моделюванні. – 2015. – №1. – С.5-9.
12. Яремчук Ю. Є. Оптимізація діяльності експертів з надзвичайних ситуацій в умовах інформаційної війни / Ю. Є.Яремчук, Л. О.Нікіфорова, А. А. Шиян // Сучасний захист інформації. – 2015. – №1. – С.62-67.
13. Шиян А. А. Метод захисту неструктурованої соціальної групи від негативного інформаційно-психологічного впливу на основі типів діяльності людини / А. А. Шиян // Інформаційна безпека. – 2014. – №4(16). – 14. С.169-175.
14. Яремчук Ю. Є. Метод оптимізації діяльності неструктурованої групи експертів в умовах ліквідації надзвичайних ситуацій / Ю. Є.Яремчук, Л. О.Нікіфорова, А. А. Шиян // Реєстрація, зберігання і обробка даних. – 2015. – Т.17, №4. – С.59-70.
15. Нікіфорова Л. О. Метод розрахунку рівня вмотивованості співробітників щодо збереження конфіденційності інформації в задачах інформаційної безпеки / Л. О. Нікіфорова // Інформаційна безпека. – 2014. – №4(16). – С.175-182.

Наталія Горох – студент групи УБ-12, кафедра менеджменту та безпеки інформаційних систем, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Наукові керівники: **Анатолій Антонович Шиян** – канд. фіз. – мат. наук, професор кафедри менеджменту та безпеки інформаційних систем, **Лілія Олександрівна Нікіфорова** – канд. екон. наук, доцент кафедри економіки підприємства і виробничого менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Nataliya Gorokh – student of group UB-12, Department of Management and Information Systems Protection, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia,

Supervisors: **Shiyan Anatoliy A.** – Cand. Sci. (Physics), Professor of Management and Information Systems Protection, and **Nikiforova Liliya O.** – Cand. Sci (Economy), Associate Professor of Department of Economics of Enterprise and Production Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.

АНАЛІЗ МОДЕЛЕЙ ЗАГРОЗ, ЩО ВИНИКАЮТЬ ПІД ЧАС РОЗПОВСЮДЖЕННЯ ІНФОРМАЦІЇ ЗАСОБАМИ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

В доповіді описана модель для опису розповсюдження конфіденційної інформації по соціальній мережі. Доведено, що в рамках моделі такі мережі можуть бути описані одновимірним ланцюжком, в якому активні агенти знаходяться на однаковій відстані (сильно-зв'язані мережі) або їх сукупністю (слабко-зв'язані).

Ключові слова: інформація, розповсюдження, соціальна мережа, агент, прийняття рішення, теорія ігор.

Abstract

The report describes the model for distribution of confidential information through social networks. It is proved that the model of such networks can be described by one-dimensional chain in which the active agents are at the same distance (strongly-connected network) or set of one-dimensional chains (weakly-connected network).

Keywords: information, confidential, social network, strongly-connected network, weakly-connected network.

Вступ

Розвиток Інтернет приводить до того, що діяльність фірм здійснюється в умовах соціальних мереж відкритого доступу. Внаслідок цього все більша кількість інформації стає відкритою для конкурентів. Це призводить до появи нових каналів загроз та нових каналів для витоку конфіденційної інформації.

Метою роботи є аналіз моделей для розповсюдження конфіденційної інформації по соціальній мережі та оцінки рівня загрози з боку конкурентів.

Результати дослідження

Наявність людського фактору в соціальних мережах приводить до того, що ефективність передачі конкурентної інформації зменшується при переході від людини до людини. Це можна моделювати як ефект забування при передачі інформації між ланками соціальної мережі (в ній людина розглядається в якості активного агента [1,2]). Цей ефект можна представити функцією $m(n)$, яка задовольняє таким вимогам.

$$m(n) > 0, \quad m'(n) < 0, \quad m''(n) > 0. \quad (1)$$

Тут через n позначено «відстань» між двома активними агентами, тобто найменша кількість вузлів (активних агентів), через яких інформація проходить між двома заданими активними агентами. Відмітимо, що «фізична відстань» між активними агентами в сучасних соціально-економічних мережах не грає ролі і тому її можна вважати однаковою.

Вимоги щодо похідних відповідають типовим вимогам до функції забування: вона повинна бути спадаючою та випуклою вниз функцією.

Використаємо поняття сильно- та слабо-зв'язаної соціальної мережі за [2-4].

Сформулюємо умову, якою буде описуватися передача інформації в мережі: активний агент, до якого дійшла інформація, сприймає та передає її далі відразу. Тоді для цих мереж можна сформулювати таку теорему.

Теорема 1. Для сильно-зв'язаних соціальних мереж задача управління зводиться до задачі передачі інформації по одновимірній мережі, в якій відстань між агентами є однаковою. Першим в мережі знаходиться активний агент, який вводить конфіденційну інформацію в мережу. Для слабо-зв'язаних соціальних мереж задача управління зводиться до задачі передачі інформації по сукупності одновимірних мереж, в яких відстань між агентами є однаковою. Ці мережі утворюють топологію

«зірка», в центрі якої знаходиться активний агент, який вводить конфіденційну інформацію в мережу. Кожен «промінь зірки» описує окремий кластер мережі.

Ефективність відновлення конфіденційної інформації для кожної одновимірної моделі мережі задається такою теоремою.

Теорема 2. Ефективність відновлення конфіденційної інформації для одновимірної моделі мережі задається виразом

$$E(n) = m(n) \cdot g(n) \cdot p(g(n)) \quad (2)$$

Тут $E(n)$ – відновлення конфіденційної інформації для n -го агента мережі; $g(n)$ – кількість найкоротших шляхів, які йдуть від початкового агента до n -го агента мережі; $p(g(n))$ – ймовірність того, що n -тий агент мережі здатний адекватно відновити конфіденційну інформацію (ця здатність залежить від кількості шляхів $g(n)$ від початкового агента мережі до n -го агента мережі).

Покладаючи для початкового активного агента (того, який *започатковує* розповсюдження конфіденційної інформації по мережі) значення функції забування $m(0)=1$, із (2) легко вивести, що адекватне відновлення конфіденційної інформації можливе лише для таких агентів, які задовольняють умовам

$$E(n) \geq E_c \quad (4)$$

Тут E_c – критичне значення показника (2), за якого ще є можливим адекватне відновлення конфіденційної інформації.

Висновки

В роботі розроблена модель для опису розповсюдження конфіденційної інформації по соціальній мережі. Доведено, що в рамках моделі такі мережі можуть бути описані одновимірним ланцюжком, в якому активні агенти знаходяться на однаковій відстані (сильно-зв'язані мережі) або їх сукупністю (слабко-зв'язані). Детальний виклад подано в [5].

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Новиков Д. А. Теория управления организационными системами / Д. А. Новиков. – М.: Физматлит, 2012. – 584 с.
2. Губанов Г. А. Социальные сети: моделирование информационного влияния, управления и противоборства / Г. А. Губанов, Д. А. Новиков, А. Г. Чхартишвили. – М.: Физматлит, 2010. – 228 с.
3. Easley D., Networks, Crowds, and Markets: Reasoning about a Highly Connected World / D. Easley, J. Kleinberg. — Cambridge: Cambridge University Press, 2010. – 833 p.
4. Jackson M. O. Social and Economic Networks / M. O. Jackson. – Princeton: Princeton University Press, 2010. – 520 p.
5. Яремчук Ю. Є. Метод розрахунку процесу дифузії інформації в соціально-економічних мережах / Ю. Є. Яремчук, А. А. Шиян, В. М. Заячківський // Вісник національного університету «Львівська політехніка». Інформаційні системи та мережі. – 2014. – № 783. – С.497-504.

Володимир Михайлович Заячківський – здобувач кафедри менеджменту та безпеки інформаційних систем, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Науковий керівник: **Юрій Євгенович Яремчук** – канд. фіз. – мат. наук, професор кафедри менеджменту та безпеки інформаційних систем, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Volodymyr M Zaiachkovskyy – Seeker of PhD Level of Department of Management and Information Systems Protection, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia,

Supervisor: **Yaremchuk Yuri E.** – Dr. Sci. (Engineering), Professor of Management and Information Systems Protection, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.

МОДЕЛЬ ПІДВИЩЕННЯ ЗАХИЩЕНОСТІ РЕГІОНУ ВІД ІНФОРМАЦІЙНИХ ЗАГРОЗ З БОКУ ВИМУШЕНИХ МІГРАНТІВ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

В доповіді представлено модель підвищення захищеності регіону від інформаційних загроз з боку вимушених мігрантів та систему для успішності їх адаптації.

Ключові слова: інформація, захист, мігранти, регіон, загроза.

Abstract

The report describes the model of increasing for information security danger in the region from the migrants and methods for their success adaptation.

Keywords: information, protection, migrants, region, danger.

Вступ

В Україні спостерігається зростаюча кількість мігрантів вимушених мігрантів внаслідок продовження антитерористичної операції на сході. Вже сьогодні видно, що зупинення збройного конфлікту та нормалізація умов для проживання, роботи та відпочинку людей на Сході України буде тривати багато років. Внаслідок цього вимушені мігранти змушені розглядати спокійні регіони України в якості місця проживання на багато років.

Таким чином, задача щодо підвищення захищеності регіону від інформаційних загроз з боку вимушених мігрантів, які є носіями іншої ментальності, є вкрай актуальною для України.

Результати дослідження

В доповіді описано модель підвищення захищеності регіону від інформаційних загроз з боку вимушених мігрантів. Досліджена роль мігрантів для соціально-економічного розвитку регіону [1-3], підкреслена роль захисту інформації щодо мігрантів [4], доведено перспективність використання типології діяльності людини для прогнозування поведінки мігрантів [5-8]. Виявлено особливості поведінки мігрантів та їх взаємодії із корінним населенням [9-10]. Обґрунтовано використання моделей та методів для підвищення адаптаційних можливостей мігрантів та використання об'єктивних критеріїв для оцінювання рівня їх адаптації [11-15]. Результати наведено в [16].

Висновки

Представлено модель підвищення захищеності регіону від інформаційних загроз з боку вимушених мігрантів та систему для успішності їх адаптації.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Шиян А. А., Модель та метод підвищення інформаційно-психологічної захищеності соціальної групи та суспільства від корупції в умовах України / А. А. Шиян, Н. В. Ляховченко, В. О. Леонтьєв, В. В. Сінюгін // Сучасний захист інформації. – 2015. - №3. – С.28-34.
2. Shiyana A. A. Why Do Inefficient Innovation Institutions Exist in Russia and Ukraine? Mechanisms for Correcting Them / A. A. Shiyana, L. O. Nikiforova // Political Institutions: Non-Democratic Regimes eJournal. – 2012. – V. 5, Issue 8. – 31 p. Available at SSRN: <http://ssrn.com/abstract=1981199> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1981199>.
3. Shiyana A. A. Management Technologies for Higher Level Officers, Presidents, Prime-Ministers and Parliamentarians / A. A. Shiyana // Political Behavior: Cognition, Psychology, & Behavior eJournal. – 2012. –

V. 6, Issue 7. – 581 p. Available at SSRN: <http://ssrn.com/abstract=1936165> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1936165>.

4. Яремчук Ю. Є. Метод асиметричного шифрування інформації на основі рекурентних послідовностей / Ю. Є. Яремчук // Сучасна спеціальна техніка. – 2012. – №4. – С.79-87.

5. Взятых В. Ф. Социальные технологии работы со знаниями и информацией: в классе, в аудитории, в сети / В. Ф. Взятых, В. В. Анненков, Дж. Питт, А. А. Шиян // Bulletin of the Ukrainian Branch of the International Higher Educational Academy of Sciences. – Киев: Изд. Центр МНТУ, 2003. – №1(1). – С.119-136.

6. Взятых В.Ф., Технологическое и Научное Образование на протяжении всей жизни: соответствие проблемам сбалансированного развития России в XXI-м веке / В. Ф. Взятых, В. В. Анненков, А. Д. Богданов, А. А. Шиян та інші // Известия МАН ВШ. – 2003. – №1 (23). – с.19-34.

7. Shiyani A. A. Types of Economic Behavior: The Instrument for Management of Individuals, Institutions, Countries and Humankind / A. A. Shiyani, L. O. Nikiforova // Forecasting Models eJournal. – 2011. – V. 4, Issue 24. – 22 p. Available at SSRN: <http://ssrn.com/abstract=1952651> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1952651>.

8. Шиян А. А. О роли коммуникантов в обеспечении психологического комфорта: от стресса к суициду / А. А. Шиян // Прикладная психология. – 2000. – № 4. – С.67-79.

9. Шиян А. А. Управління формуванням ефективних економічних інститутів для України / А. А. Шиян, Л. О. Нікіфорова. – Вінниця: ВНТУ, 2011. – 300 с.

10. Shiyani A. A. Typology of Institutions - Theory: Classification of Institutions via the Methods for Transmission and Modification of Knowledge / A. A. Shiyani, L. O. Nikiforova // New Institutional Economics eJournal. – 2013. – V. 5, Issue 4. – 26 p. Available at SSRN: <http://ssrn.com/abstract=2196300> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2196300>.

11. Нікіфорова Л. О. Моделювання вибору оптимального методу протидії загрозам інформаційній безпеці / Л. О. Нікіфорова, Ю. Є. Яремчук, А. А. Шиян // Реєстрація, зберігання і обробка даних. – 2014. – Т.16, №4. – С.28-33.

12. Shiyani A. A. On the Problem of Elaboration of New Criteria for Control of Hierarchical Socio-Economic Systems / A. A. Shiyani // Journal of Automation and Information Sciences. – 1998. – Issue 4-5. – P.216-225.

13. Нікіфорова Л. О. Метод розрахунку рівня вмотивованості співробітників щодо збереження конфіденційності інформації в задачах інформаційної безпеки / Л. О. Нікіфорова // Інформаційна безпека. – 2014. – №4(16). – С.175-182.

14. Нікіфорова Л. О. Узагальнена модель оцінки рівня вмотивованості агентів загроз в задачах забезпечення безпеки об'єктів на мікро та макрорівнях / Л. О. Нікіфорова // Сучасний захист інформації. – 2015. – №4. – С.71-76.

15. Мороз О. В. Регулювання міжособової взаємодії в колективах / О. В. Мороз, Л. О. Нікіфорова // Економічний простір : Збірник наукових праць. – Дніпропетровськ : ПДАБА, 2008. – № 2. – С. 164-172.

16. Нікіфорова Л. О. Модель підвищення інформаційно-психологічної захищеності суспільства країни, яка приймає мігрантів / Л. О. Нікіфорова, А. А. Шиян, І. В. Ковальчук // Інформаційна безпека. – 2014. – №2(14). – С.185-190.

Іван Васильович Ковальчук – випускник кафедри менеджменту та безпеки інформаційних систем, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Науковий керівник: **Анатолій Антонович Шиян** – канд. фіз. – мат. наук, професор кафедри менеджменту та безпеки інформаційних систем, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Ivan V Kovalchuk – alumnus of Department of Management and Information Systems Protection, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia,

Supervisor: **Shiyani Anatoliy A.** – Cand. Sci. (Physics), Professor of Management and Information Systems Protection, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.

СИСТЕМНИЙ АНАЛІЗ АДАПТИВНИХ МОЖЛИВОСТЕЙ ЛЮДИНИ В ЗАЛЕЖНОСТІ ВІД ТИПУ СОЦІАЛЬНО- ЕКОНОМІЧНОГО ІНСТИТУТУ В УМОВАХ СУЧАСНОЇ УКРАЇНИ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

В доповіді здійснено системний аналіз адаптаційних можливостей соціально-економічних інститутів та впливу на адаптаційні можливості людини її типу діяльності, на основі якого запропоновано систему показників для вимірювання рівня адаптації.

Ключові слова: системний аналіз, адаптація, соціально-економічний інститут, індикатор, Україна.

Abstract

The report describes the results from system analysis of adaptive capacity for socio-economic institutions and the impact on human adaptive capacity of its type. The system of indicators to measure the level of adaptation are proposed.

Keywords: system analysis, adaptation, socio-economic institution, indicator, Ukraine.

Вступ

В Україні все ще не здійснився перехід до розвинених соціальних, економічних та суспільних інститутів. Практично всі існуючі сьогодні інститути працюють ще за правилами гри радянських часів, тобто належать до професійно-іменного типу кодування. Більш того: вкрай негативний вплив здійснюють постійні косметичні зміни «правил гри», в яких населення України примушують грати.

Внаслідок цього задача щодо аналізу адаптаційних можливостей людини в залежності від типу соціально-економічного інституту, є вкрай актуальною для України.

Результати дослідження

В доповіді здійснено системний аналіз адаптаційних можливостей соціально-економічних інститутів [1-6] та впливу на адаптаційні можливості людини її типу діяльності [7-10].

На основі результатів здійсненого системного аналізу задачі запропоновано використати для моделювання та вимірювання адаптаційних можливостей людини в залежності від типу соціально-економічного інституту показники, які запропоновано в [11-16].

Висновки

Здійснено системний аналіз адаптаційних можливостей соціально-економічних інститутів та впливу на адаптаційні можливості людини її типу діяльності, на основі якого запропоновано систему показників для вимірювання рівня адаптації.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Шиян А. А. Управление формированием эффективных экономических институтов для Украины / А. А. Шиян, Л. О. Никифорова. – Вінниця: ВНТУ, 2011. – 300 с.
2. Shiyani A. A. Typology of Institutions – Theory: Classification of Institutions via the Methods for Transmission and Modification of Knowledge / A. A. Shiyani, L. O. Nikiforova // New Institutional Economics eJournal. – 2013. – V. 5, Issue 4. – 26 p. Available at SSRN: <http://ssrn.com/abstract=2196300> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2196300>.
3. Shiyani A. A. Management Technologies for Higher Level Officers, Presidents, Prime-Ministers and Parliamentarians / A. A. Shiyani // Political Behavior: Cognition, Psychology, & Behavior eJournal. – 2012. –

V. 6, Issue 7. – 581 p. Available at SSRN: <http://ssrn.com/abstract=1936165> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1936165>.

4. Шиян А. А. Типування суспільних інститутів за методом кодування діяльності індивіда як елемент інформаційної безпеки / А. А. Шиян // Захист інформації. – 2014. – Т.16, №1. – С.53-63.

5. Шиян А. А. Теоретико-ігровий аналіз раціональної поведінки людини та прийняття рішень в управлінні соціально-економічними системами/ А. А. Шиян. – Вінниця: УНІВЕРСУМ-Вінниця, 2009. – 404 с.

6. Шиян А. А. Класифікація економічних інститутів: теорія та застосування до економічних наслідків інститутів прецедентного та континентального права / А. А. Шиян // Вісник Вінницького політехнічного інституту. – 2010. – №3. – С.23-27.

7. Взятых В. Ф. Социальные технологии работы со знаниями и информацией: в классе, в аудитории, в сети / В. Ф. Взятых, В. В. Анненков, Дж. Питт, А. А. Шиян // Bulletin of the Ukrainian Branch of the International Higher Educational Academy of Sciences. – Киев: Изд. Центр МНТУ, 2003. – №1(1). – С.119-136.

8. Взятых В.Ф., Технологическое и Научное Образование на протяжении всей жизни: соответствие проблемам сбалансированного развития России в XXI-м веке / В. Ф. Взятых, В. В. Анненков, А. Д. Богданов, А. А. Шиян та інші // Известия МАН ВШ. – 2003. – №1 (23). – с.19-34.

9. Shiyani A. A. Types of Economic Behavior: The Instrument for Management of Individuals, Institutions, Countries and Humankind / A. A. Shiyani, L. O. Nikiforova // Forecasting Models eJournal. – 2011. – V. 4, Issue 24. – 22 p. Available at SSRN: <http://ssrn.com/abstract=1952651> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1952651>.

10. Шиян А. А. О роли коммуникантов в обеспечении психологического комфорта: от стресса к суициду / А. А. Шиян // Прикладная психология. – 2000. – № 4. – С.67-79.

11. Нікіфорова Л. О. Моделювання вибору оптимального методу протидії загрозам інформаційній безпеці / Л. О. Нікіфорова, Ю. Є. Яремчук, А. А. Шиян // Реєстрація, зберігання і обробка даних. – 2014. – Т.16, №4. – С.28-33.

12. Shiyani A. A. On the Problem of Elaboration of New Criteria for Control of Hierarchical Socio-Economic Systems / A. A. Shiyani // Journal of Automation and Information Sciences. – 1998. – Issue 4-5. – P.216-225.

13. Нікіфорова Л. О. Метод розрахунку рівня вмотивованості співробітників щодо збереження конфіденційності інформації в задачах інформаційної безпеки / Л. О. Нікіфорова // Інформаційна безпека. – 2014. – №4(16). – С.175-182.

14. Нікіфорова Л. О. Узагальнена модель оцінки рівня вмотивованості агентів загроз в задачах забезпечення безпеки об'єктів на мікро та макрорівнях / Л. О. Нікіфорова // Сучасний захист інформації. – 2015. – №4. – С.71-76.

15. Мороз О. В. Регулювання міжособової взаємодії в колективах / О. В. Мороз, Л. О. Нікіфорова // Економічний простір : Збірник наукових праць. – Дніпропетровськ : ПДАБА, 2008. – № 2. – С. 164-172.

16. Шиян А. А. Метод оцінювання ефективності економічної діяльності колективу підприємства на основі інтегральних показників / А. А. Шиян, Л. О. Нікіфорова // Економічний простір: Збірник наукових праць. – №17. – Дніпропетровськ: ПДАБА, 2008. – С.157-165.

Світлана Наумова – студент групи КІН-15, кафедра менеджменту та безпеки інформаційних систем, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Науковий керівник: **Анатолій Антонович Шиян** – канд. фіз. – мат. наук, професор кафедри менеджменту та безпеки інформаційних систем, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Svitlana Naumova – student of group KIN-15, Department of Management and Information Systems Protection, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia,

Supervisor: **Shiyani Anatoliy A.** – Cand. Sci. (Physics), Professor of Management and Information Systems Protection, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.

ВИКОРИСТАННЯ СТЕГАНОГРАФІЧНИХ МЕТОДІВ ВБУДОВУВАННЯ ІНФОРМАЦІЇ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЦІЛІСНОСТІ ВЕКТОРНИХ ЗОБРАЖЕНЬ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

В доповіді розглянуто метод захисту цілісності векторних зображень цифровими водяними знаками (ЦВЗ) із забезпеченням зменшення впливу його вбудовування на якість зображення. Було проведено аналіз впливу ЦВЗ на якість векторних зображень та стійкості запропонованого методу до найпоширеніших зловмисних атак, спрямованих на знищення чи підміну ЦВЗ, результати якого показали достатній рівень стійкості на рівні з відомими методами.

Ключові слова: стеганографія, цифровий водяний знак, захист авторського права, дискретне косинус-перетворення, векторні зображення

Abstract

The report observed the method of protecting the integrity of vector images digital watermarks with provision to reduce the influence of its embedding image quality. It analyzes the impact of watermark on quality vector images and sustainability of the proposed method is the most common malicious attacks aimed at the destruction or substitution of digital watermark, the results of which showed a sufficient level of stability

Keywords: steganography, digital watermark, copyright protection, discrete cosine transform, vector image..

Вступ

Діяльність великої кількості підприємств та організацій пов'язана зі створенням та обробкою інформації у цифровому вигляді, лівову частку якої складають цифрові зображення, зокрема векторного формату. Наприклад, векторні цифрові карти є основою системи державного земельного кадастру та картографічної промисловості. Зображення векторного формату використовуються промисловими підприємствами при проектуванні будь-якої техніки від портативної до авіатранспорту. При цьому на створення векторних зображень витрачається багато коштів та часу і часто вони є результатом наукових розробок та основою інноваційних технологій.

На сьогодні в Україні існує серйозна проблема захисту векторних зображень від несанкціонованого використання та їх зміни третіми особами. В багатьох зарубіжних країнах для вирішення такої проблеми використовують стеганографічні методи та засоби захисту цілісності інформації, що дозволяють визначати факт несанкціонованого використання чи модифікації векторних зображень. Для цього навіть прийняті відповідні закони, що дозволяють використовувати стеганографічні засоби для визначення правомірності використання цифрової інформації. На відміну від зарубіжних країн в Україні проблема захисту векторних зображень залишається не вирішеною.

Недоліком закордонних стеганографічних засобів та сервісів захисту цілісності інформації є їх висока ціна та необхідність адаптації для специфіки українського споживача. Для усунення зазначених недоліків пропонується розробка нового методу та сервісу захисту цілісності цифрових векторних зображень (ЦВЗ), що не потребує наявності оригіналу зображення при витягуванні ЦВЗ. При цьому запропоновані метод та сервіс забезпечать кращий рівень захисту, спрощену та швидшу процедуру підтвердження цілісності, а також у 2-2,5 рази нижчу вартість у порівнянні з зарубіжними аналогами.

Результати дослідження

В доповіді висвітлено такі питання.

1. Проведено аналіз існуючих на сьогодні стеганографічних методів вбудовування стійких ЦВЗ у векторні зображення з точки зору впливу ЦВЗ на якість векторних зображень та стійкості до зловмисних атак [1-3]. При цьому особливу увагу приділено аналізу методів, які для витягування ЦВЗ не потребують наявності оригіналу зображення чи самого ЦВЗ, що значно спрощує процедуру підтвердження авторства.

2. Проведено дослідження можливості захисту цілісності векторних цифрових зображень без використання оригіналу зображення при її перевірці та із забезпеченням меншого рівня спотворень внаслідок вбудовування ЦВЗ.

3. Проведено аналіз можливості зменшення рівня спотворень векторних зображень внаслідок вбудовування ЦВЗ з точки зору вибору базового перетворення. Проведений аналіз частотних перетворень показав перевагу двовимірного ДКП над одновимірним з точки зору розподілу зміни коефіцієнтів на більшу кількість точок зображення і, відповідно, меншу зміну координат цих точок близько у 8 разів [4-5].

4. Запропоновано метод захисту цілісності векторних зображень ЦВЗ із забезпеченням зменшення впливу його вбудовування на якість зображення. Було проведено аналіз впливу ЦВЗ на якість векторних зображень та стійкості запропонованого методу до найпоширеніших зловмисних атак, спрямованих на знищення чи підміну ЦВЗ, результати якого показали достатній рівень стійкості на рівні з відомими методами [6-7].

Висновки

Проведено аналіз існуючих на сьогодні стеганографічних методів вбудовування стійких ЦВЗ у векторні зображення з точки зору впливу ЦВЗ на якість векторних зображень та стійкості до зловмисних атак. Проведено дослідження можливості захисту цілісності векторних цифрових зображень без використання оригіналу зображення при її перевірці та із забезпеченням меншого рівня спотворень внаслідок вбудовування ЦВЗ. Запропоновано метод захисту цілісності векторних зображень ЦВЗ із забезпеченням зменшення впливу його вбудовування на якість зображення.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Карпінєць В. В., Яремчук Ю. Є. Аналіз впливу цифрових водяних знаків на якість векторних зображень // Сучасний захист інформації. – 2011. – №1. – С.72-82.
2. Карпінєць В. В., Яремчук Ю. Є. Аналіз рівня спотворень векторних зображень внаслідок вбудовування цифрових водяних знаків / В.В. Карпінєць, Ю.Є. Яремчук // Сучасний захист інформації. – 2011. – №2. – С.94 – 99
3. Карпінєць В. В., Яремчук Ю. Є. Аналіз сучасних методів вирішення проблеми захисту авторського права векторних зображень / В.В. Карпінєць, Ю.Є. Яремчук // Сучасна спеціальна техніка. – №3, 2013. – С. 102–113.
4. Карпінєць В. В., Яремчук Ю. Є. Забезпечення захисту векторних зображень від атак спрямованих на видалення цифрових водяних знаків / В.В. Карпінєць, Ю.Є. Яремчук // Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. – №15 (204), Частина 1, 2013. – С. 62–68.
5. Карпінєць В. В., Яремчук Ю. Є. Аналіз впливу параметрів відбору придатних матриць ДКП векторних зображень на спотворення та розмір ЦВЗ / В.В. Карпінєць, Ю.Є. Яремчук // Інформаційна безпека. – №1, 2013. – С. 68–77.
6. V. Karpinets, Ju. Yaremchuk, M. Prokofjev. Матеріали конференції, Technical University of Gabrovo. International scientific conference UNITECH'12. / V. Karpinets, Ju. Yaremchuk, M. Prokofjev. // Proceedings. Volume I, 16–17 November 2012, Gabrovo. – Рр. 348 – 352.
7. Яремчук Ю. Є. Метод асиметричного шифрування інформації на основі рекурентних послідовностей / Ю. Є. Яремчук // Сучасна спеціальна техніка. – 2012. – №4. – С.79-87.
8. Shiyan A. A. Management Technologies for Higher Level Officers, Presidents, Prime-Ministers and Parliamentarians / A. A. Shiyan // Political Behavior: Cognition, Psychology, & Behavior eJournal. – 2012. – V. 6, Issue 7. – 581 p..

Василь Васильович Карпінєць – к.т.н., доцент кафедри менеджменту та безпеки інформаційних систем, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Vasyl V Karpinets – Cand. Sci. (Eng.), Docent of Department of Management and Information Systems Protection, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.

ПІДВИЩЕННЯ ПРОПУСКНОЇ ЗДАТНОСТІ МЕТОДУ ПРИХОВУВАННЯ ІНФОРМАЦІЇ В РАСТРОВИХ ЗОБРАЖЕННЯХ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Запропоновано вдосконалення методу Куттера-Джордана-Боссена, що виконує стеганографічні приховування даних в просторовій області растрового зображення. Вдосконалення полягає у введенні в метод додаткових правил, що усувають проблеми вилучення даних і підвищують пропускну здатність методу.

Ключові слова: інформація, захист інформації, приховування даних, стеганографія.

Abstract

The report improving the Cutter-Jordan-Bossen steganographic method, which performs steganographic hiding data in a spatial region of bitmap. The essence of perfection is the introduction in the method additional rules, which can eliminate the problem of the data extraction and increases throughput of the method.

Keywords: information, information security, data hiding, steganography, method.

Вступ

Зараз існує потреба в приховуванні все більшого об'єму інформації, тому проблема захисту інформації від несанкціонованого доступу стає все більш актуальною в даний час. На ряду з криптографічними методами захисту існують стеганографічні методи, які на відміну від криптографії приховують сам факт існування прихованих даних. Стеганографічні алгоритми широко застосовуються для вирішення наступних завдань: захисту конфіденційної (службової) інформації від несанкціонованого доступу, захисту авторського права на інтелектуальну власність, подолання систем моніторингу і управління мережевими ресурсами, камуфлювання програмного забезпечення, створення прихованих каналів витоку інформації [1].

Найбільшої популярності здобули методи (алгоритми) приховування інформації, що використовують у якості контейнера зображення. Це обумовлено наступними причинами: відносно великим об'ємом представлення зображень, високою пропускну здатністю, відсутністю обмежень, що накладаються вимогами реального часу, слабкою чутливістю людського зору до незначних змін кольорів зображення, його яскравості, контрастності, вмісту в ньому шуму, спотворень поблизу контурів, необхідністю захисту від незаконного розповсюдження [2]. Існує багато різноманітних стеганографічних методів, але кількість інформації, яку можна вбудувати обмежена. При збільшенні пропускну здатності автоматично погіршується якість зображення та стійкість до атак, якщо підвищувати стійкість до атак – зменшиться пропускну здатність і погіршиться якість зображення. Під пропускну здатністю приховуваних даних розуміють максимальну кількість інформації, яка може бути вбудована до одного елементу (наприклад, пікселя) контейнера, обов'язковою умовою при цьому є безпомилковість передачі приховуваних даних одержувачеві, а також їх захищеність від атак порушника [4].

Більшість існуючих методів вбудовують інформацію в просторову область зображення, але вони досить нестійкі до навмисних та ненавмисних атак. Тому доцільно використовувати методи приховування інформації в частотну область зображення, які стійкіші до атак, проте їхнім недоліком буде гірша пропускну здатність. Ідея методу Куттера-Джордана-Боссена базується на особливості зорової системи людини, а саме на найменшій чутливості людського ока до синього кольору в моделі RGB. Даний метод відрізняється високою стійкістю до активних стеганографічних атак стисненням, геометричним перетворенням і розмиванням [3]. Таким чином задача вдосконалення даного стеганографічного методу приховування інформації, а саме підвищення пропускну здатності і збереження стійкості до атак є актуальною та важливою сьогодні.

Результати дослідження

В доповіді проведено дослідження практичної реалізації методу Куттера-Джордана-Боссена, про-

аналізовано ряд проблем, пов'язаних з характером зображення, що зберігається в вихідному стего-контейнері [5]. Проблеми вбудовування, і відповідно вилучення, секретних даних при наявності у вихідному контейнері областей, в яких більшість пікселів мають: максимальне значення по синьому каналу, нульове значення по синьому каналу, чорний колір (мінімальне значення за всіма кольоровими каналами).

За запропонованими модифікаціями [6-7] методу Куттера-Джордана-Боссена були проведені експериментальні дослідження. Вихідним матеріалом для експериментів були растрові зображення, що розрізняються за походженням (фотознімки та синтетичні зображення), розміром, різними частинами областей суцільного одного кольору і областей, що містять дрібні контрастні деталі. Проведені експерименти показали, що запропоновані модифікації методу дозволяють правильно витягувати секретні повідомлення з фрагментів зображень-контейнерів, на яких традиційний метод давав помилку вилучення, а також усунути помилки вилучення секретних бітів з одиничним значенням з областей контейнера, в яких пікселі мають максимальне значення по синьому каналу, секретних бітів з нульовим значенням з областей контейнера, в яких пікселі мають нульове значення по синьому каналу, секретних бітів з одиничним значенням з областей контейнера, в яких всі пікселі мають чорний колір, секретних бітів з областей контейнера, в яких містяться дуже дрібні деталі, а також підвищення стійкості та пропускну здатності методу.

Висновки

Проаналізовано існуючі стеганографічні методи приховування інформації в растрових зображеннях. Удосконалено стеганографічний метод Куттера-Джордана-Боссена, а саме підвищено пропускну здатність методу приховування інформації в растрових зображеннях, зберігаючи при цьому стійкість до атак. Розроблено алгоритм та програмний засіб для реалізації вдосконаленого методу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Конахович Г.Ф. Комп'ютерна стеганографія / Г.Ф. Конахович, А.Ю. Пузиренко. – К.: МК-Пресс, 2006. – 288 с.
2. Грибунін В.Г. Цифровая стеганография / В.Г. Грибунін. – М.: Салон-прес, 2002. – 344 с.
3. Аграновський А.В. Основи комп'ютерної стеганографії / Аграновський А.В., Дев'янін П.Н., Р.А. Хаді, Черемушкін А.В. – М.: Радіо та зв'язок, 2003. – 152 с.
4. V. Karpinets, Ju. Yaremchuk, M. Prokofjev. Матеріали конференції, Technical University of Gabrovo. International scientific conference UNITECH'12. / V. Karpinets, Ju. Yaremchuk, M. Prokofjev. // Proceedings. Volume I, 16–17 November 2012, Gabrovo. – Pp. 348 – 352.
5. Kutter, M. Digital Signature of Color Images using Amplitude Modulation / M. Kutter, F. Jordan, F. Bossen // Proc. SPIE Storage and Retrieval for Image and Video Databases. – 1997. – Vol. 3022. – P. 518-526.
6. Михайличенко О.В. Підвищення стійкості стеганоалгоритмів частотної області на основі дискретно-косинусного перетворення до зовнішнього впливу // Михайличенко О.В., Прохожев Н.Н., Коробейников А.Г. Науково-технічний вісник СПб ГУ ІТМО – СПб.: СПб ГУ ІТМО, 2009.– вип. 2(60). – С.102 – 104.
7. Защелкін К.В., Іващенко А.І., Іванова Е.Н. Вдосконалення методу приховування даних Куттера-Джордана-Боссена/ Защелкін К.В., Іващенко А.І., Іванова Е.Н.- Одеса: ОНТІ, 2013 - 151с.

Марина Вікторівна Мигидин – студентка групи УБ-12, факультет менеджменту, кафедра менеджменту та безпеки інформаційних систем, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: marinka.dir@gmail.com.

Науковий керівник: **Василь Васильович Карпинець** – канд.техн.наук, доцент кафедри менеджменту та безпеки інформаційних систем, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Maryna V. Myhydyn – student of group UB-12, Department of Management and Information Systems Protection, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.

Supervisor: **Vasyl V Karpinets** – Cand. Sci. (Eng.), Docent of Department of Management and Information Systems Protection, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.

МЕТОДИ ТА ЗАСОБИ ЗАХИСТУ ІНФОРМАЦІЇ ВІД ВИТОКУ ЧЕРЕЗ ЗВУКОЗАПИСУЮЧІ ПРИСТРОЇ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

В доповіді проаналізовано існуючі методи та засоби захисту інформації від витоку інформації через звукозаписуючі пристрої та виділено їх недоліки.

Ключові слова: інформація, захист, метод, засіб.

Abstract

The report analyzes the existing methods and data protection information leaks through sound recording devices, and highlighted their shortcomings.

Keywords: information, protection, method, means.

Вступ

Сучасний стан проблеми захисту мовної інформації характеризується постійним розширенням арсеналу засобів негласного отримання та перехоплення акустичних (мовних) сигналів, технічні характеристики та способи застосування яких неухильно удосконалюються. Безпека мовної інформації становиться актуальною при проведенні різноманітних зустрічей, де циркулює інформація з обмеженим доступом (ІЗОД) [1]. У зв'язку з цим особливий інтерес представляють дослідження, що спрямовані на розроблення нових або удосконалення існуючих методів та засобів захисту інформації, які дозволяють б істотно ускладнити процес негласного отримання акустичних (мовних) сигналів. Особливо у випадках коли організаційні заходи не дали результатів. Саме своєчасне виявлення та подавлення звукозаписуючих пристроїв негласного отримання інформації може забезпечити ефективний захист та врятувати ситуацію при проведенні переговорів, особливо якщо при проведенні переговорів циркулює інформація з обмеженим доступом (ІЗОД).

Метою доповіді є подання існуючих методів та засобів захисту інформації від витоку через звукозаписуючі пристрої.

Результати аналізу

В доповіді висвітлено такі питання.

1. Здійснено аналіз існуючих методів та засобів захисту інформації від витоку через звукозаписуючі пристрої. Показано, що існуючі методи базуються на інформаційному приховуванні сигналів [6]. Були розглянуті варіанти подавлення звукозапису.
2. Обрані автором найбільш оптимальні методи та засоби захисту інформації.

Висновки

Проведений аналіз показав, в більшості випадків методи захисту мовної інформації базуються на інформаційному приховуванні сигналів. Тому у випадках коли не має можливості використати інформаційне приховування сигналів виявлення та подавлення диктофонів є ефективнішим захистом мовної інформації.

Для аналізу важливим є структура та технічні характеристики диктофонів, тому проаналізовано характеристики основних диктофонів та захист від запису ними.

Проведений аналіз методів та засобів захисту мовної інформації від витоку через звукозаписуючих пристроїв показав, що виявлення та подавлення звукозаписуючих пристроїв є ефективним захистом, особливо у випадках коли перервати зустріч не є можливим.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Хорошко В. А., Чекатков А. А. Методы и средства защиты информации. – К.: Юниор, 2003
2. Хорев А.А. Макаров Ю.К. К оценке эффективности защиты акустической (речевой) информации. Information Security / Информационная безопасность № 4, 2005.
3. Дворянкин С. В., Харченко Л. А., Козлачков С.Б. Оценка защищенности речевой информации с учетом современных технологий шумоочистки. Вопросы защиты информации. М.: ФГУП —ВИМИИ, 2007. №2 (77), с. 37-40
4. Бармен Скотт. Разработка правил информационной безопасности. Пер. с англ. – М.: “Вильямс”, 2002.
5. Каторин Ю. Ф., Куренков Е. В., Лысов А. В., Остапенко А. Н. Большая энциклопедия промышленного шпионажа. – СПб.: 000 «Издательство Полигон», 2000
6. Халяпин Д. Б. Защита информации. Вас подслушивают? Защищайтесь! – М: НОУ ШО «Баярд», 2004
7. Дворянкин С.В., Макаров Ю.К. Хорев А.А. Обоснование критериев эффективности защиты речевой информации// Защита информации. Инсайд. – М.: 2007, – 184с. – №2 – С. 18 – 25
8. А.Н. Олейников, канд. техн. наук, В.А.Пулавский, канд. техн. наук, М.А Кривенко. Радиотехника. 2012. Вып. 169, - с176-180.

Павло Валерійович Павловський – асистент кафедри менеджменту та безпеки інформаційних систем, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Pavlo V Pavlovskiy – assistant of Department of Management and Information Systems Protection, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.

АНАЛІЗ СТЕГАНОГРАФІЧНИХ МЕТОДІВ ЗАХИСТУ ІНФОРМАЦІЇ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

У доповіді розглянуто можливість використання основних стеганографічних методів передавання секретних повідомлень через соціальні мережі. Здійснено огляд каналів зв'язку у соціальних мережах.

Ключові слова: соціальні мережі, стеганографія, вбудовування, контейнер.

Abstract

The report discusses the possibility of using different steganographic algorithms to transmit hidden messages through the social networks. Examined channels of communication through the social networks.

Key words: social networks, steganography, embedding, container.

Вступ

Соціальні мережі вже перестали бути тільки розважальним ресурсом або засобом індивідуального спілкування. На даний момент соціальні мережі є одним з найкращих маркетингових інструментів з багатомільярдним оборотом. Також соціальні мережі активно використовуються в корпоративному секторі для підбору персоналу, пошуку клієнтів, отримання репутаційної інформації про людей і організації. У зв'язку з цим багато фірм відмовилися від жорсткого обмеження на використання соціальних мереж з робочих місць. З'явився попит на менеджерів по роботі з соціальними мережами (SocialMediaManager). Таким чином, для співробітників компанії соціальні мережі залишаються доступним каналом зв'язку з людьми поза фірмою, в тому числі, з потенційними конкурентами і іншими супротивниками компанії [1].

Раніше витоки інформації були пов'язані з передачею даних у відкритому вигляді, і основну небезпеку представляла міграція даних з однієї соціальної мережі в іншу. Однак, такі факти передачі можна було відстежити (безпосередньо з аккаунта користувача або через сервер соціальної мережі). Зараз передачу конфіденційної інформації намагаються захистити різними методами, наприклад, із застосуванням криптографічних або стеганографічних засобів. Однак, слід зауважити, що в більшості країн, застосування криптографічних засобів регламентується законодавчими актами різного рівня і відстежується відповідними органами. Тому застосування криптографії для передачі комерційної конфіденційної інформації порушує не тільки інтереси фірми, а й закони держави. Застосування стеганографії ніяк не регламентується сучасним законодавством. Комп'ютерна стеганографія взагалі дуже молода галузь науки, але вона активно розвивається, і її методи швидко набирають популярність. [2].

У зв'язку з цим, використання сервісів соціальних мереж для обміну секретними повідомленнями має широке застосування, так як важко прослідкувати за великими потоками інформації, що циркулюють.

Результати дослідження

В даний час вже відомі і ще розробляються стеганографічні методи, які в якості контейнера (файлу або пакета даних, в який вбудовується приховувана інформація) використовують не тільки файли, але і особливості мережевих протоколів (мережева стеганографія). Тож, у доповіді було розглянуто найбільш популярні методи приховування інформації:

1. Вбудовування в графічні файли:

- приховування в просторовій області (наприклад, використання молодших бітів, заміна палітри);
- приховування в частотній області (наприклад, модифікація дискретного косинусного перетворення);

2. Вбудовування в аудіофайли

- приховування в часовій області (наприклад, заміна молодших бітів, розширення спектра);
- приховування в частотній області (наприклад, фазове кодування);
- використання луна-сигналу. [3]

Тож, на основі проведеного аналізу, визначено наступні закономірності, щодо використання соціальних мереж для передачі секретних повідомлень:

- аватар непридатний для передачі даних (сильне стиснення зображення);
- більшість соціальних мереж конвертують формат зображень в листуванні, тому стегоповідомлення не вдається витягти;
- фотоальбоми і аудіоальбоми передають приховане зображення без спотворень;
- будь-які посилання на зовнішні файли передають повідомлення без спотворень і не фіксуються соціальною мережею;
- мобільні додатки вносять спотворення і в зображення з фотоальбомів, тому що дані стискаються для передачі по мобільним мережам.

Висновки

Проведено аналіз стеганографічних методів захисту інформації у соціальних мереж, виявлено, що найпопулярнішими та найефективнішими методами є вбудовування секретних повідомлень у графічні та аудіофайли. Проте через особливості завантаження та зберігання файлів у соціальних мережах, вбудоване повідомлення не завжди може бути виявлено отримувачем.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Карпинець В. В., Яремчук Ю. Є. Аналіз рівня спотворень векторних зображень внаслідок вбудовування цифрових водяних знаків / В.В. Карпинець, Ю.Є. Яремчук // Сучасний захист інформації. – 2011. – №2. – С.94 – 99
2. V. Karpinets, Ju. Yaremchuk, M. Prokofjev. Матеріали конференції, Technical University of Gabrovo. International scientific conference UNITECH'12. / V. Karpinets, Ju. Yaremchuk, M. Prokofjev. // Proceedings. Volume I, 16–17 November 2012, Gabrovo. – Pp. 348 – 352.
3. Кувшинов, Станислав Сергеевич. Методы и алгоритмы сокрытия больших объемов данных на основе стеганографии : диссертация кандидата технических наук : 05.13.19 / Кувшинов Станислав Сергеевич; [Место защиты: С.-Петерб. гос. ун-т информац. технологий, механики и оптики].- Санкт-Петербург, 2010.- 26 с.

Ратушняк Марія Сергіївна – студентка групи УБ-12, факультет менеджменту, кафедра менеджменту та безпеки інформаційних систем, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: ratushnyak95@outlook.com;

Науковий керівник: **Василь Васильович Карпинець** – к.т.н., доцент кафедри менеджменту та безпеки інформаційних систем, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Maria S Ratushnyak - Department of Management and Information Systems Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, email: ratushnyak95@outlook.com;

Supervisor: **Vasyl V Karpinets** – Cand. Sci. (Eng.), Docent of Department of Management and Information Systems Protection, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.

ПРИХОВУВАННЯ ІНФОРМАЦІЇ У КОНТУРАХ РАСТРОВИХ ЗОБРАЖЕНЬ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

В доповіді розглянуто метод захисту авторського права на ділову графіку, що представлена у вигляді цифрових зображень. Запропоновано підхід, що покращує показники стійкості відповідного методу до поширених пасивних та активних атак. Проаналізовано можливості застосування запропонованих покращень для зображень різних класів.

Ключові слова: ділова графіка, стеганографія, захист зображень, приховування інформації в контурах зображень, детектування контурів, захист різних класів зображень, адаптивна стеганографія.

Abstract

The report observed the method of copyright protection for business graphics' images. A tested improvement of robustness against the common active and passive attacks of the corresponding method was proposed. Also possibilities of using the proposed method for images of different classes were analyzed.

Keywords: business graphics, steganography, image protection, image edge information hiding, edge detecting, protection of different image classes, adaptive steganography.

Вступ

Значну частину інтелектуальної власності в мережі становить ділова графіка, що представлена у вигляді цифрових зображень [1]. Особливістю зображень цього класу є переважання монотонних областей над немонотонними. Така особливість ділової графіки ускладнює її захист певними стеганографічними методами [2]. Однак існують стеганографічні методи, що застосовні для захисту зображень з великою кількістю монотонних областей. Такі стеганографічні методи приховують інформацію лише в немонотонних областях зображень [3]. Ці області зображень представлені у вигляді контурів. Предметом дослідження є метод приховування інформації у контурах зображення. Метою даної роботи є підвищення стійкості приховування інформації в контурах зображень.

Результати дослідження

В доповіді висвітлено такі питання.

1. Здійснено огляд теоретичної бази з розробки стеганосистем.
2. Визначено недоліки та переваги існуючих методів захисту цифрових зображень.
3. Розроблено рекомендації і пропозиції щодо покращення існуючих методів захисту цифрових зображень методами стеганографії, як працюють з контурами зображень.
4. Запропоновано покращений метод захисту зображень. Особливістю методу є автоматичне пристосування до різних ділянок зображення, з метою одержання оптимальних результатів. Результати покращень показали достатній рівень стійкості на рівні з відомими методами.
5. Обґрунтовано пропозиції щодо практичного застосування розробленого методу.

Висновки

Запропоновано вдосконалений метод приховування інформації в контурах зображень для систем безпеки. Особливістю методу є автоматичне пристосування до різних ділянок зображення, що дозволяє отримати оптимальні результати. Метод легко пристосовується для вирішення тих, чи інших задач.

Для ряду випадків підвищено стійкість до поширених активних атак в комп'ютерних системах і мережах на 33%, а якість стеганограми та стійкість до пасивних атак підвищено на 10%.

Такі особливості розробленого методу вирішують проблему неоптимального використання методів детектування контурів для задач стеганографії. Також вирішується проблема ефективного захисту ділової графіки та цифрових зображень інших класів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Конахович Г.Ф. Компьютерная стеганография. Теория и практика / Г.Ф. Конахович, А.Ю. Пузыренко. – К.: МК-Пресс, 2006. – 288 с.
2. Карпинець В. В., Яремчук Ю. Є. Аналіз впливу цифрових водяних знаків на якість векторних зображень // Сучасний захист інформації. – 2011. – №1. – С.72-82.
3. Li Li, Bin Luo, Qiang Li, Xiaojun Fang "A Color Images Steganography Method by Multiple Embedding Strategy Based on Sobel Operator" In Proc of International Conference on Multimedia Information Networking and Security (huber, China), November 18-20, 2009.

Станіслав Олександрович Неснов — студент групи УБ-15м, факультет менеджменту, кафедра менеджменту та безпеки інформаційних систем, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: stanislavnesnov@gmail.com;

Науковий керівник: **Василь Васильович Карпинець** — к.т.н., доцент кафедри менеджменту та безпеки інформаційних систем, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Stanislav O. Nesnov — Department of Management and Information Systems Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, email : stanislavnesnov@gmail.com;

Supervisor: **Vasyl V. Karpinets** — Dr. Sc. (Eng.), Professor Department of Management and Information Systems Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.

ОСОБЛИВОСТІ ПРИЙНЯТТЯ РІШЕНЬ АГЕНТАМИ ПІД ЧАС РОЗПОВСЮДЖЕННЯ ІНФОРМАЦІЇ СОЦІАЛЬНОЮ МЕРЕЖЕЮ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

В доповіді проаналізовано перспективні моделі та методи для застосування в задачах моделювання прийняття рішень під час розповсюдження інформації в соціальних мережах.

Ключові слова: інформація, розповсюдження, соціальна мережа, агент, прийняття рішення, теорія ігор.

Abstract

The report analyzes the perspective models and methods in problem using for the modeling of decision making during the process of information transmission in social network.

Keywords: information, transmission, social network, agent, society, decision making, game theory.

Вступ

Розвиток глобальної телекомунікаційної системи Інтернет створює умови для широкого використання цієї системи комунікації під час діяльності розосереджених у просторі соціальних груп. Локалізовані у просторі виробничі та організаційні структури сьогодні координуються своєю діяльністю дистанційно, використовуючи зв'язок через Інтернет. Все більше для цього використовуються соціальні мережі, такі як Facebook, спеціалізовані мережі (LinkedIn, ResearchGate тощо).

Для розв'язання поставленої задачі пропонується використати методи соціальних мереж та теорії ігор (останні дозволяють узгодити інтереси різних агентів та ув'язати отримувану інформацію з діяльністю агента).

Результати дослідження

В доповіді висвітлено моделі та методи, які є перспективними для використання.

1. Здійснено аналіз прийняття рішень агентами за [1,2], особливо виділяючи теорію ігор [3-7], методи криптографії [8], модель діяльності людини [9-13].
2. Проаналізовано перспективні моделі розповсюдження інформації соціальною мережею [14,15].
3. Описано програмний засіб для розв'язання теоретико-ігрових моделей [16].

Висновки

Проаналізовано перспективні моделі та методи для застосування в задачах моделювання прийняття рішень під час розповсюдження інформації в соціальних мережах.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Ожиганова М. І. Управління персоналом / М. І. Ожиганова, В. О. Хорошко, Ю. Є. Яремчук, В. В. Карпінєць. – Вінниця : ВНТУ. – 188 с.
2. Мороз О. В. Регулювання міжособової взаємодії в колективах / О. В. Мороз, Л. О. Нікіфорова // Економічний простір : Збірник наукових праць. – Дніпропетровськ : ПДАБА, 2008. – № 2. – С. 164–172.
3. Журко Т. О. Механізми управління функціями корисності інвестора та підприємства в машинобудуванні / Т. О. Журко, Л. О. Нікіфорова, А. А. Шиян // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». «Логістика». – 2010. – №690. – С.260-264.
4. Шиян А. А. Управління формуванням ефективних економічних інститутів для України / А. А. Шиян, Л. О. Нікіфорова. – Вінниця: ВНТУ, 2011. – 300 с.

5. Шиян А. А. Оптимізація управління організаційними системами: теорія ігор та типологія діяльності гравців // Восточно-Европейский журнал передовых технологий. – 2012. – №4/3 (58). – С.50-53.
6. Шиян А. А. Теорія некооперативних ігор для оптимізації управління виробничими та організаційними структурами // Вісник Черкаського державного технологічного університету. – 2012. – №3. – С.14-16.
7. Шиян А. А., Модель та метод підвищення інформаційно-психологічної захищеності соціальної групи та суспільства від корупції в умовах України / А. А. Шиян, Н. В. Ляховченко, В. О. Леонтьєв, В. В. Сінюгін // Сучасний захист інформації. – 2015. – №3. – С.28-34.
8. Яремчук Ю. Є. Метод асиметричного шифрування інформації на основі рекурентних послідовностей / Ю. Є. Яремчук // Сучасна спеціальна техніка. – 2012. – №4. – С.79-87.
9. Shiyani A. A. Management Technologies for Higher Level Officers, Presidents, Prime-Ministers and Parliamentarians / A. A. Shiyani // Political Behavior: Cognition, Psychology, & Behavior eJournal. – 2012. – V. 6, Issue 7. – 581 p. Available at SSRN: <http://ssrn.com/abstract=1936165> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1936165>.
10. Взятых В. Ф. Социальные технологии работы со знаниями и информацией: в классе, в аудитории, в сети / В. Ф. Взятых, В. В. Анненков, Дж. Питт, А. А. Шиян // Bulletin of the Ukrainian Branch of the International Higher Educational Academy of Sciences. – Киев: Изд. Центр МНТУ, 2003. – №1(1). – С.119-136.
11. Взятых В.Ф., Технологическое и Научное Образование на протяжении всей жизни: соответствие проблемам сбалансированного развития России в XXI-м веке / В. Ф. Взятых, В. В. Анненков, А. Д. Богданов, А. А. Шиян та інші // Известия МАН ВШ. – 2003. – №1 (23). – с.19-34.
12. Shiyani A. A. Types of Economic Behavior: The Instrument for Management of Individuals, Institutions, Countries and Humankind / A. A. Shiyani, L. O. Nikiforova // Forecasting Models eJournal. – 2011. – V. 4, Issue 24. – 22 p. Available at SSRN: <http://ssrn.com/abstract=1952651> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1952651>.
13. Шиян А. А. О роли коммуникантов в обеспечении психологического комфорта: от стресса к суициду / А. А. Шиян // Прикладная психология. – 2000. – № 4. – С.67-79.
14. Шиян А. А. Про один клас мультиагентних мереж для оптимального управління організаційними структурами / А. А. Шиян // Проблеми інформатизації та управління. – 2013. – Вип. 4(44). – С.86-92.
15. Яремчук Ю. Є. Метод розрахунку процесу дифузії інформації в соціально-економічних мережах / Ю. Є. Яремчук, А. А. Шиян, В. М. Заячковський // Вісник національного університету «Львівська політехніка». Інформаційні системи та мережі. – 2014. – № 783. – С.497-504.
16. Комп'ютерна програма «Знаходження рішень ігор в нормальній формі для різних концепцій розв'язку «Теоретик 1.0» («Теоретик 1.0»)» / І. В. Заступ, Л. О. Нікіфорова, А. А. Шиян // Свідectvo про реєстрацію авторського права на твір № 62387. – К. : Державна служба інтелектуальної власності України. – Дата реєстрації : 05.11.2015.

Ігор Валерійович Заступ – аспірант кафедри менеджменту та безпеки інформаційних систем, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Науковий керівник: **Анатолій Антонович Шиян** – канд. фіз. – мат. наук, професор кафедри менеджменту та безпеки інформаційних систем, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Igor V Zastup – PhD Student of Department of Management and Information Systems Protection, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia,

Supervisor: **Shiyani Anatoliy A.** – Cand. Sci. (Physics), Professor of Management and Information Systems Protection, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.

Аналіз сучасних методів атак на WEB-додатки

Вінницький національний технічний університет

Анотація

В доповіді проаналізовано існуючі методи атак на WEB-додатки. Здійснено аналіз основних вразливостей, що надають можливість проведення атак на WEB-додатки. Розглянуто основні методи захисту WEB-додатків від проаналізованих вразливостей.

Ключові слова: WEB-додатки, аналіз, суб'єкт, інформація, захист.

Abstract

The report analyzes the existing methods of attacks on WEB-application. The analysis of the main vulnerabilities that allow the possibility of attacks on WEB-application. The basic methods to protect applications from WEB-reviewed methods.

Keywords: WEB-application, analysis, subject, information, protection.

Вступ

В наш час значення WEB-додатків на різного роду підприємствах, в банківській справі, в засобах комунікації між різними людьми та організаціями посідає значне місце. Адже є одним з найефективніших інструментів, що дозволяє швидко та незалежно від місцезнаходження здійснювати операції, пов'язані з різними аспектами комерційної діяльності. Унаслідок чого існує постійний попит на здійснення атак на WEB-додатки з метою отримання конфіденційних даних, що містять комерційну таємницю чи то інші різноманітні дані [1,2].

Метою доповіді є визначення основних векторів атак на WEB-додатки та можливості їх практичного застосування [2,3], для ширшого розуміння проблеми та вибору оптимальних рішень, що запобігають їм.

Таким чином, аналіз методів атак на WEB-додатки з метою вивчення та подальшої протидії їм має високий рівень актуальності.

Результати дослідження

В доповіді здійснено аналіз 10 найпопулярніших методів, що використовуються для атак на WEB-додатки. Розглянуто приклади основних ситуацій застосування даних методів атак на WEB-додатки та можливі шляхи виявлення їх на ранніх стадіях атак [3,4].

Проаналізовано результати досліджень, отриманих некомерційними організаціями, що демонструють основні вразливості в WEB-додатках.

Запропоновано та розглянуто ряд основних заходів, що унеможливають проведення певних атак на WEB-додатки та забезпечують базовий захист WEB-додатку.

Висновки

Проаналізувавши та розглянувши основні атаки на WEB-додатки та основні запропоновані методи захисту від них, можна зробити висновок, що для реалізації захисту WEB-додатку потрібно відштовхуватись від кожного додатку індивідуально, щоб проаналізувати та спрогнозувати основний вектор атак, що будуть здійснювати на WEB-додаток та реалізовувати захист опираючись на ці дані, застосовуючи комплекс [5-7] різних методів захисту для досягнення більшої стійкості та безпеки додатку та забезпечувати захист ще на транспортному рівні мережі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Матросов А. HTML 4.0. / А. Матросов, А. Сергеев, М. Чаунин. – Санкт- Петербург: БХВ-Петербург, 1999. – 672 с.
2. Фролов А. В. Базы даних в Мережі інтернет: Практичний посібник по створенню Web-додатків з базами даних / А. В. Фролов., 2000. – 448 с.
3. Макарова М.В. Електронна комерція: Посібник для студентів. вищих навчальних закладів. – К.: Видавничий центр “Академія”, 2002. – 272 с.
4. Macromedia Flash MX 2004 / Энди Андерсон, Марк Дел Лима, Стив Джонсон; пер. с англ. Латышевой Д.А. – М.: НТ Пресс, 2005. – 543, с.
5. Ожиганова М. І. Управління персоналом / М. І. Ожиганова, В. О. Хорошко, Ю. Є. Яремчук, В. В. Карпинець. – Вінниця : ВНТУ. – 188 с.
6. Яремчук Ю. Є. Метод асиметричного шифрування інформації на основі рекурентних послідовностей / Ю. Є. Яремчук // Сучасна спеціальна техніка. – 2012. – №4. – С.79-87.
7. Взятыхшев В. Ф. Социальные технологии работы со знаниями и информацией: в классе, в аудитории, в сети / В. Ф. Взятыхшев, В. В. Анненков, Дж. Питт, А. А. Шиян // Bulletin of the Ukrainian Branch of the International Higher Educational Academy of Sciences. – Киев: Изд. Центр МНТУ, 2003. – №1(1). – С.119-136.

Цимбал Олександр Ігорович – студент групи 2УБ-13, кафедра менеджменту та безпеки інформаційних систем, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Науковий керівник: **Кец Дмитро Олександрович** – асистент кафедри менеджменту та безпеки інформаційних систем, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Tsymbol Alexander I. - student group 2UB-13, Department of Management and Information Systems Security, Vinnitsa National Technical University. Vinnitsa.

Supervisor: **Kets Dmitry A.** - Assistant Professor of Management and security of information systems, Vinnitsa National Technical University. Vinnitsa.

Мережне наукове видання

Матеріали XLV науково-технічної конференції
підрозділів Вінницького національного
технічного університету (НТКП ВНТУ–2016)

02-11 березня 2016 року

Збірник доповідей

Матеріали подаються в авторській редакції

Підписано до видання 15. 06. 2016 р.
Гарнітура Times New Roman. Обсяг 6,3 Мб.

Видавець та виготовлювач
Вінницький національний технічний університет,
інформаційний редакційно-видавничий центр.

ВНТУ, ГНК, к. 114.
Хмельницьке шосе, 95,
м. Вінниця, 21021.
Тел. (0432) 59-85-32, 59-81-59,
press.vntu.edu.ua,
E-mail: kivc.vntu@gmail.com.

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи
серія ДК № 3516 від 01.07.2009 р.